

**La fiesta, la otra cara del patrimonio. Valoración de su impacto
económico, cultural y social**

**Olga Pizano Mallarino
Luis Alberto Zuleta J.
Lino Jaramillo G.
Germán Rey**



La fiesta, la otra cara del patrimonio. Valoración de su impacto económico, cultural y social

Edición del Convenio Andrés Bello. Unidad Editorial

Convenio Andrés Bello

Ana Milena Escobar Araújo – Secretaria Ejecutiva
Omar José Muñoz Ramírez – Secretario de Administración y Finanzas
Pedro Querejazu Leyton – Coordinador Área de Cultura
David Gómez Villasante – Coordinador Área de Ciencia y Tecnología
Holger Ramos Olmedo – Coordinador Área de Educación

Agradecimientos fotografías:

Fotos Bolivia: Willy Kenning. Fotógrafo.
Fotos Perú: PromPerú. Walter Wust. Fotógrafo. Mylene d'Auriol
Fotos Venezuela: Propiedad de Fundación Bigott Venezuela. Nelson Garrido. Fotógrafo
Fotos Colombia: Propiedad de la Fundación BAT Colombia. Martín Rodríguez. Fotógrafo.

Proyecto de Economía y Cultura

Coordinador 1999-2002: David Melo Torres
Coordinadora 2002-2004: Sylvia Amaya Londoño
Economista: Omar López Olarte
Asesor: Germán Rey

Dirección editorial: José Antonio Carbonell Blanco

Diseño de colección: Mónica Uribe

Diagramación: Marco Fidel Robayo M.

Imagen de portada: Susana Camé

Revisión de textos: Margarita Rosa Londoño

Impresión: Grupo Op Gráficas S. A.

© 2004. Convenio Andrés Bello

Derechos reservados.

Prohibida la reproducción parcial o total de su contenido,
sin la previa autorización de los editores.

ISBN 958-698-147-9

Impreso en Colombia

Printed in Colombia

Convenio Andrés Bello

Avda. 13 (Paralela de la autopista) No. 85-6C
Teléfono: (571) 6449292 • Fax: (571) 6100139
Página web: <http://www.cab.int.co>
Bogotá, D. C. - Colombia

Pizano Mallanno, Olga

La fiesta, la otra cara del patrimonio. Valoración de su impacto económico, cultural y social / Olga Pizano

Mallanno, Luis Alberto Zuleta J., Lino Jaramillo G., Germán Rey. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2004

138 p. - (Colección Economía y Cultura)

ISBN: 958-698-147-9

I. INDUSTRIA CULTURAL 2. FIESTAS POPULARES. 3. CULTURA Y ECONOMÍA. 4. IMPACTO SOCIAL 5. PATRIMONIO CULTURAL 6. POLÍTICA CULTURAL. I. Zuleta J., Luis Alberto. II. Jaramillo G., Lino. III. Rey, Germán

CDD 301.24

AGRADECIMIENTOS

El Convenio Andrés Bello, su equipo de Economía y Cultura y los investigadores de este estudio quieren agradecer la colaboración de: Ministerio de Cultura y el CONAC de Venezuela; Instituto Nacional de Cultura-INC de Perú; Viceministerio de Cultura de Bolivia; Fundación Bigott de Venezuela, en particular a su presidente, Antonio López Ortega; Fundación Apac de Bolivia, a la antropóloga Luz María Calvo y al especialista Eduardo López Zavala, director de la cinemateca boliviana en La Paz, y a Henrique Urbano de la Universidad San Martín de Porres.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Presentación	9
Primera parte	
Fiestas y patrimonio cultural	
Olga Pizarro Mallarino	
Presentación	13
Introducción	13
I. El patrimonio cultural	14
Evolución conceptual	16
Recurso cultural y herencia	17
Valoración del patrimonio inmaterial	18
Elementos para la construcción de una noción de patrimonio cultural	18
II. Fiestas, festivales y ferias	19
Aproximación a la teoría de la fiesta	20
Tipología festiva	21
Elementos para la construcción de nociones de fiesta, festival y feria. Criterios de valoración	25
III. Nociones	27
Patrimonio cultural	
Fiesta, festival y feria	
Anexos	
Instrumentos internacionales para la protección del patrimonio cultural	29
Instrumentos normativos que regulan el patrimonio cultural en los países miembros del Convenio Andrés Bello	32
Uso de denominaciones en los países por décadas. Tendencias en el uso de denominaciones durante la segunda mitad del siglo XX	41
Inventarios de las fiestas, festivales y ferias	
Bolivia, Colombia y Perú	46
Cuestionario del Módulo cultural	47
Respuestas al cuestionario del Módulo cultural	50

Segunda parte
Metodología de valoración del impacto económico y social
de las fiestas en los países miembros del Convenio Andrés Bello
Luis Alberto Zuleta J.
Lino Jaramillo G.

A. Introducción	55
Valoración de las fiestas como patrimonio económico	
Y social: experiencia internacional	55
1.1 Fundamento económico de las fiestas	56
1.2 La globalización y la diversidad cultural	57
1.3 Diversidad cultural, las fiestas y el turismo	62
1.4 La contribución de las fiestas al desarrollo y su medición	63
1.4.1 Metodologías de valoración económica	65
1.4.2 Metodologías de medición del impacto económico de un patrimonio intangible temporal en un área geográfica determinada	68
1.5 Resumen del capítulo	71
1.6 Información inicial sobre políticas relacionadas con las fiestas en los países del Convenio Andrés Bello	72
1.7 Anexos	74
2. Formulario sobre políticas	75
Metodología de medición del impacto económico de las fiestas	
B. Introducción	75
3.1 Estudio de impacto económico vs. estudios de valoración subjetiva	76
3.2 Preguntas básicas de los estudios del impacto económico	77
3.3 Efectos directos, indirectos e inducidos de las fiestas	77
3.4 El impacto económico de las fiestas	79
3.5 Enfoques para estimar el impacto económico de las fiestas	80
3.5.1 Metodologías de encuestas a los participantes	81
3.5.2 Metodología satélite de turismo	82
3.6 Definiciones del alcance y cobertura del estudio de impacto económico	82
3.7 Estrategias para estimar el número de participantes y el gasto promedio de los mismos	83
3.7.1 Fuentes secundarias de información	83
3.7.2 Información primaria	87
3.8 Alguna evidencia sobre el impacto de las fiestas en economías locales	92
3.8.1 Colombia - Barranquilla y su Carnaval	93
Venezuela - Sanare y las fiesta de Los Zaragozas	95
3.9 Estrategia recomendada para la aplicación de la metodología en las fiestas de los países del Convenio Andrés Bello	97
Anexo 4.1	100
Anexo 4.2	101

Tercera parte

Un mundo encantado

Germán Rey

Las dimensiones sociales de la fiesta	105
I. Lo social de lo económico en la fiesta	108
II. Dimensiones sociales de las fiestas	110
III. Identidad, cohesión social y la fiesta	110
IV. Fiesta y religiosidad: las manifestaciones del sincretismo	112
V. La participación en la fiesta	113
VI. Diversidad cultural, memoria y fiesta	114
Mirar las fiestas desde lo social. Una propuesta preliminar	116
VII. Las dimensiones consideradas	116

Cuarta parte

Políticas culturales de apoyo al patrimonio cultural

Intangible de las localidades: el caso de las fiestas

Luis Alberto Zuleta J.

Lino Jaramillo G.

Introducción	123
1. Bases de la estrategia y políticas culturales en defensa de las expresiones culturales locales intangibles	124
1.1 Consideraciones generales	124
1.2 Participación ciudadana	126
1.3 Cooperación entre niveles de gobierno	126
1.4 Cooperación entre gobierno y sector privado	128
1.5 Las fiestas y el turismo	128
1.6 Las fiestas, las tradiciones y la educación	129
1.7 Relación con medios e instrumentos de comunicación	129
1.8 Capacitación con empresarios	129
1.9 La investigación sobre fiestas	130
1.10 Los derechos de los creadores	130
2. Incentivos directos e indirectos de apoyo a las fiestas	130
3. Bibliografía	135

PRESENTACIÓN

La fiesta, el otro escenario del patrimonio cultural

Para el Convenio Andrés Bello, el concepto de patrimonio cultural ha implicado una constante reflexión desde el momento de la creación de la institución. Durante la última década, en la búsqueda de adecuados nichos de acción, teniendo en cuenta tanto el mandato misional de construir la integración de los pueblos a partir de la cultura en general como el patrimonio cultural común y, también, el particular y propio de cada lugar, el CAB desarrolló el proyecto SOMOS PATRIMONIO.

El objetivo principal del proyecto es generar insumos para la formulación de adecuadas políticas públicas sustentadas sobre datos verificables, para la gestión y valoración del patrimonio cultural incorporado a los actores sociales y legítimos herederos y usuarios del patrimonio cultural y natural. En la práctica, esto se ha venido haciendo de varias maneras, como un espacio de reflexión para pensar y encaminar las acciones institucionales en torno al tema; la asistencia en la sistematización y compatibilidad-compartibilidad de los sistemas de registro del patrimonio cultural, con énfasis en el registro del patrimonio inmaterial, ayudando y sirviendo así a los países a satisfacer sus necesidades, generó el proceso de estímulo a las dinámicas de la apropiación social del patrimonio. Esta propuesta se materializó en una acción muy determinada, el concurso *Somos Patrimonio* de experiencias comunitarias en apropiación social del patrimonio cultural. Tras el análisis de las 1.062 experiencias reunidas en las cinco versiones del premio, se puede afirmar con certeza que los actores sociales entienden el patrimonio cultural y natural, material e inmaterial, como una sola entidad, una globalidad que es inherente a la vida cotidiana, y dentro de eso, pocas cosas tan vitales como las fiestas tradicionales religiosas, las fiestas cívicas y los festivales.

Por otra parte, el CAB, en su programación de cultura, tiene otro proyecto importante y significativo para los países. Es el proyecto ECONOMÍA Y CULTURA, que tiene por objeto realizar investigaciones sobre el impacto del sector de la cultura en la economía de los países. En una primera fase de este proyecto, entre 1999 y 2001 se estudiaron las siguientes industrias culturales y su aporte al PIB de los países: editorial, cinematográfica (cine y video), fonográfica, televisión, radio, publicidad, prensa, (más otros sectores como artes escénicas, artesanías, artes visuales, que no fueron trabajados por todos los equipos). Para su medición se usaron cinco indicadores económicos: producción, facturación, empleo, exportaciones e importaciones, pagos por derechos de autor y piratería. El estudio comparado de los informes producidos por los cinco países entonces participantes en el proyecto permitió apreciar otros escenarios en que la investigación de economía y cultura podría progresar: desarrollo y aperturas de cuentas satélites de cultura en los sistemas estadísticos nacionales, tendencias del consumo cultural, caracterización del empleo del sector cultural y desarrollo de indicadores sociales del impacto de la cultura. Todos estos escenarios se han venido investigando y desarrollando en la segunda fase del proyecto, desde fines del año 2001 hasta 2004.

También fuimos conscientes de que había otro escenario por estudiar en el patrimonio cultural; esto es, tanto la eventual medición de la inversión que los países hacen por la preservación y valoración de su

patrimonio, como la del efecto económico y social que produce la gestión, uso y actividad del mismo. Mediciones que nos dan una pauta para en el futuro investigar el turismo cultural.

Un primer paso se dio ya en 2003 cuando se hizo un estudio piloto del efecto económico del patrimonio urbano construido en Bogotá, el cual se publicó con el título: *Impacto económico del patrimonio del Centro Histórico de Bogotá D. C.*, 2003.

Un segundo paso lo constituye el ensayo de medición del patrimonio cultural, inmaterial o intangible. En este sentido, pocas manifestaciones son tan expresivas en su nivel más alto como las múltiples facetas interrelacionadas del patrimonio cultural en las fiestas tradicionales, que involucran a muchos actores sociales, a muchos sectores de actividades y ciertamente tienen impactos económicos significativos.

Para ello, el CAB convocó tanto a especialistas en patrimonio cultural como a economistas con el fin de construir un marco conceptual que permitiera formular una metodología para la medición de las fiestas. Desde el patrimonio cultural, con el análisis de las definiciones operativas de patrimonio, la caracterización de las topologías de las fiestas: tradicionales, cívicas, festivas y desde la economía, la definición de tipos de escenarios y de actores en las fiestas para desarrollar apropiadas metodologías de encuesta y de interpretación.

Esta obra que presentamos aquí recoge todo ese proceso poniendo a disposición de los países una metodología de medición del impacto económico de las fiestas. Con ello se pretende, insistimos, ayudar a los países, a las autoridades que formulan las políticas públicas en cultura, a los gestores culturales y a los propios actores sociales, a conseguir información segura y confiable para la formulación de adecuadas políticas culturales de valoración y uso del patrimonio cultural, además de la generación de instrumentos de desarrollo y bienestar con equidad.

Bogotá, noviembre de 2004.

ANA MILENA ESCOBAR ARAÚJO
Secretaria Ejecutiva
Convenio Andrés Bello

PEDRO QUEREJAZU LEYTON
Coordinador del Área de Cultura
Convenio Andrés Bello

Presentación

Durante las últimas décadas se ha avanzado en la ampliación del conocimiento y la conservación de los bienes culturales. Hoy, al comienzo del siglo XXI se enfrentan en el mundo nuevos retos en este campo como son la apropiación social del patrimonio, la valoración del patrimonio inmaterial en un mundo globalizado y la prevención de la destrucción intencional de patrimonio cultural, entre otros.

El desarrollo del proyecto de diseño metodológico para medir el impacto del patrimonio cultural en la economía de los países miembros adelantado por el Convenio Andrés Bello, en el marco del programa Economía y Cultura, coincide con el gran interés de la comunidad internacional de afrontar estos retos, lo cual se refleja en la formulación de lineamientos consignados en las cartas y documentos y en la adopción de instrumentos de protección propuestos por los organismos internacionales.

El análisis de la evolución conceptual del patrimonio cultural, el cambio en el uso de la denominación de bien cultural a la de patrimonio cultural y la valoración del patrimonio inmaterial, así como la construcción de una noción de patrimonio cultural amplia y con perspectiva regional desarrollados en el módulo cultural del proyecto, pretenden ser una contribución a la reflexión sobre los bienes culturales en la región.

Asimismo, la aproximación a la teoría de la fiesta y la construcción de las nociones de fiesta, festival y feria pretenden aportar algunos elementos que sirvan para la valoración de las fiestas como patrimonio cultural inmaterial y para adoptar criterios para su protección. El diseño de una tipología festiva se presenta como una herramienta inicial para la clasificación de las festividades, lo que redundará en una mejor comprensión de este conjunto de bienes culturales.

El marco conceptual sobre patrimonio cultural que se propone pretende servir de referencia para el diseño de los modelos de evaluación cuantitativos y cualitativos de las diferentes categorías de los bienes culturales, desde el punto de vista de su impacto económico y social. La identificación y clasificación de los elementos para construir las nociones de patrimonio cultural, así como de fiesta, festival y feria, podrán utilizarse para la construcción de indicadores culturales.

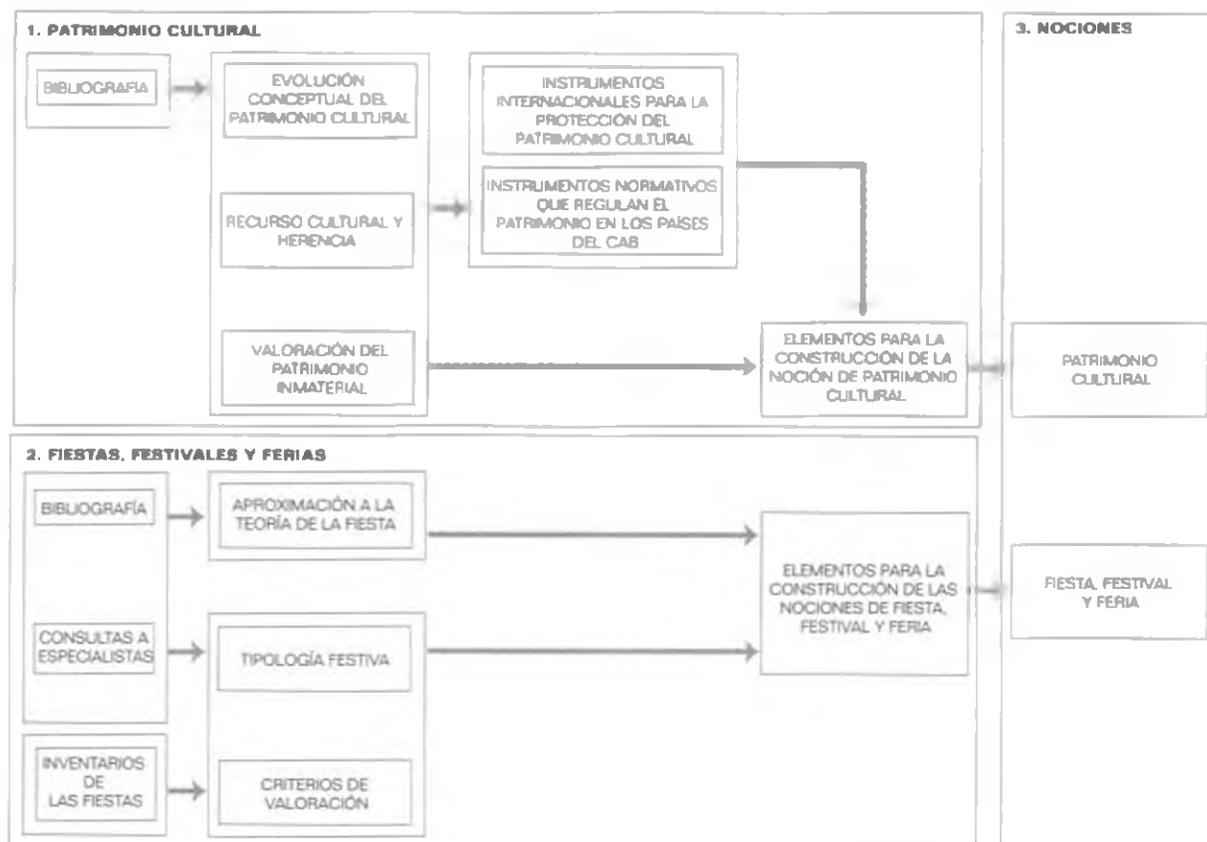
Introducción

En el marco del programa Economía y Cultura que adelanta el Convenio Andrés Bello se desarrolló el proyecto de diseño metodológico para medir el impacto del patrimonio cultural en la economía de los países miembros que consta de dos módulos, uno cultural y otro económico, los cuales son complementarios.

El módulo cultural está conformado por un documento de análisis en el cual se definió un marco conceptual sobre el patrimonio cultural como referencia para el diseño del modelo de evaluación cuantitativo y cualitativo de las fiestas desde el punto de vista de su impacto económico y social, que desarrolló el módulo económico del proyecto. El marco conceptual y la definición de una noción de patrimonio cultural pretenden servir en el futuro como referencia para el diseño de modelos de evaluación para las diferentes categorías de los bienes culturales.

En primer lugar se revisó la bibliografía reciente disponible y se identificaron algunos conceptos que se consideraron de interés para el presente estudio, a partir de los cuales se revisaron y analizaron algunos instrumentos internacionales para la protección del patrimonio cultural y los instrumentos normativos que regulan éste en los países miembros del Convenio Andrés Bello, para concluir en la selec-

Cuadro I
Módulo cultural
Estructura del proyecto



ción de un conjunto de elementos para construir una noción de patrimonio cultural amplia y con perspectiva regional.

En segundo lugar, se revisó la bibliografía disponible sobre las fiestas, se hicieron consultas con especialistas y se analizaron los inventarios de las festividades de algunos países de la región, lo cual permitió desarrollar una aproximación a la teoría de la fiesta, diseñar una tipología festiva y establecer unos criterios de valoración para escoger las festividades a las cuales aplicar el modelo para medir el impacto económico y social, para concluir en la selección de algunos elementos para construir las nociones de fiesta, festival y feria.

Para finalizar, a partir del análisis anterior y de los elementos seleccionados se construyeron para efectos del presente estudio las nociones de patrimonio cultural, y de fiesta, festival y feria.

I. El patrimonio cultural

Con el propósito de elaborar el marco conceptual sobre el patrimonio cultural, se revisó la bibliografía reciente disponible (ver bibliografía) y se identificaron tres lecturas sobre el patrimonio consideradas de interés para el presente estudio: la evolución conceptual del patrimonio cultural, las nociones de recurso cultural y herencia y la valoración del patrimonio inmaterial.

A partir de estos tres conceptos se analizaron algunas convenciones y cartas internacionales para la protección del patrimonio cultural y los instrumentos normativos que regulan el patrimonio cultural en los países miembros del Convenio Andrés Bello, lo cual permitió establecer cómo ha sido la evolución del concepto de patrimonio cultural y seleccionar algunos elementos para construir una noción de patrimonio cultural amplia y con perspectiva regional.

El análisis de los principales instrumentos internacionales para la protección del patrimonio cultural se adelantó con base en la identificación de las denominaciones y definiciones de patrimonio cultural material e inmaterial, los bienes que lo conforman y las características que lo definen.

La información de los instrumentos internacionales se registró cronológicamente tanto para los bienes materiales como para los inmateriales (ver Anexo 1) y se elaboró un cuadro de resumen por décadas para analizar la evolución conceptual del patrimonio cultural.

La revisión de la información, recopilada y editada por el Convenio Andrés Bello en el año 2000, sobre la legislación cultural de Bolivia, Chile, Co-

lombia, Cuba, Ecuador, España, Panamá, Perú y Venezuela¹ se adelantó en relación con las referencias que se hacen al patrimonio cultural en la Constitución Política de cada país y las normas particulares que lo regulan.

La revisión de cada norma se hizo en primer lugar sobre las definiciones de patrimonio, bien cultural y monumento, la referencia a las fiestas cuando existe y los incentivos para la conservación del patrimonio. En segundo lugar, sobre el ámbito de aplicación para determinar las categorías utilizadas en relación con las denominaciones y en tercer lugar, sobre las características para identificar los aspectos a los que se refiere la norma en cuanto a los valores y beneficiarios o destinatarios de las acciones que de ella se derivan.

Cuadro 2

Instrumentos internacionales para la protección del patrimonio cultural

INSTRUMENTO	DENOMINACIÓN	DÉCADAS							
		1930 - 1939	1940 - 1949	1950 - 1959	1960 - 1969	1970 - 1979	1980 - 1989	1990 - 1999	2000 - 2009
CONVENIONES	BIEN CULTURAL		Convención sobre la protección de los bienes culturales en caso de conflicto armado/1954		Convención sobre las ruinas que deben ser preservadas para impedir la exportación, el tráfico y la destrucción de propiedad icónica de los bienes culturales/1970				
	PATRIMONIO CULTURAL			Convención para la protección del patrimonio arqueológico/1969	Convención para la protección del patrimonio mundial cultural y natural/1972				Convención sobre la protección del patrimonio cultural inmaterial/2003
	MONUMENTO					Convención para la protección de los monumentos que deben adoptarse para prevenir o impedir la exportación, el tráfico y la destrucción de propiedad icónica de los bienes culturales/1970			Convención para la salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial/2003
CARTAS	BIEN CULTURAL					Carta de Venecia/1964			
	PATRIMONIO CULTURAL				Carta de Venecia/1964		Recomendación sobre la salvaguarda de la cultura tradicional y popular/1989	Carta internacional de turismo cultural/1998	Carta de Cracovia/2000
	MONUMENTO	Carta de Atenas/1931			Carta de Venecia/1964			Documento Mari de la UNESCO/1994	Carta de Cracovia/2000

1 Convenio Andrés Bello, *Legislación cultural de los países del Convenio Andrés Bello*, 1 edición, Tomos 1 a 9, Bogotá, Panamericana Formas e Impresos, 2000.

El análisis de los instrumentos normativos permitió establecer la prioridad que cada país le otorga al patrimonio cultural, la evolución de la noción, las denominaciones utilizadas y la protección del patrimonio inmaterial, así como el fomento al desarrollo de actividades culturales y a la conservación del patrimonio cultural material.²

Se elaboraron cuadros, por décadas, para cada país, en los que se registraron las normas y la forma en que se hace referencia a las denominaciones de patrimonio cultural, bien cultural y monumento, la noción de recurso cultural y herencia, la valoración del patrimonio inmaterial y la incorporación de la fiesta como expresión cultural, así como un cuadro de resumen que permitió analizar las tendencias durante la segunda mitad del siglo XX en los países miembros del Convenio Andrés Bello. (Ver Anexo 2)

Evolución conceptual del patrimonio cultural

Las obras de arte han sido valoradas, reunidas y conservadas desde la antigüedad. Sin embargo, el reconocimiento de testimonios o documentos significativos de la actividad humana como objetos valiosos por su naturaleza, es un fenómeno reciente. El concepto de patrimonio histórico aparece en el siglo XIX cuando se realiza una reflexión crítica del pasado cultural que reconoce los valores históricos, artísticos o culturales de una obra de arte o bien cultural, es decir cuando se le otorga un significado particular que lo diferencia de otro tipo de objetos.

Es precisamente durante el Romanticismo que se consagra el concepto de monumento histórico que evoluciona hacia el más amplio de bien cultural que comprende las manifestaciones y expresiones signi-

ficativas de la cultura humana,³ en coincidencia con la transformación historiográfica que se dio durante la segunda mitad del siglo XX, cuando se dejaron de valorar especialmente los grandes acontecimientos políticos y los héroes y se dio importancia al hombre y a su existencia, así como a los procesos sociales y a lo cotidiano.⁴

Como resultado del análisis de los instrumentos normativos que regulan el patrimonio cultural se observó que, en términos generales, la denominación de patrimonio cultural se utiliza en los países miembros del Convenio Andrés Bello como el marco general que comprende los conceptos de monumento y bien cultural.

En ellos, el patrimonio cultural se refiere a los bienes materiales y los inmateriales como las manifestaciones folclóricas que son parte de la cultura tradicional, las danzas folclóricas nacionales, la literatura tradicional anónima y el arte popular, y también a los materiales y recursos etnológicos, etnográficos, folclóricos, las artesanías y los textiles de arte popular producidos antes de 1950,⁵ así como al patrimonio indígena material e inmaterial.⁶

Durante las décadas de 1950 y 1960 la utilización del término tesoro cultural⁷ se puede interpretar en algunos casos como sinónimo de patrimonio cultural pues las dos nociones se refieren igualmente a bienes, como por ejemplo la riqueza artística colonial, arqueológica, documental e histórica, o para referirse a los bienes culturales que integran el patrimonio de las naciones,⁸ uso que ha continuado hasta el presente. En las tres últimas décadas del siglo XX, en ocasiones, se utilizó el término riqueza para señalar los bienes que conforman el patrimonio natural y cultural.⁹

2 Chile: Decreto-ley 3454 de 16 de julio 1980 y Ecuador Ley 107 de 29 de diciembre de 1995

3 Ignacio González Varas, *Conservación de bienes culturales. Teoría, historia, principios y normas*, Madrid, Manuales Arte Cítedra, Ediciones Cítedra, 1999.

4 Olga Pizano, *La evolución de la gestión del patrimonio arqui-*

tectónico y urbano en Colombia en el siglo XX, en Ana María Calvo, (Compiladora), *Política y gestión para la sostenibilidad del patrimonio urbano*, Bogotá, Centro Editorial Javeriana, 2001.

5 Bolivia: Decreto Supremo 12626 de 19 de junio de 1977 y Decreto 21951 de 23 de mayo de 1988

6 Chile. Ley 19253 de 28 de septiembre de 1993.

7 Bolivia. Resolución Ministerio de Educación y Bellas Artes de 6 de enero de 1958 y Panamá Decreto 364 de 26 de noviembre de 1969, al referirse al patrimonio subacuático.

8 Ecuador. Decreto 1382 de 25 de octubre de 1966 y Panamá.

Ley 14 de 5 de mayo de 1982 se refiere al patrimonio histórico de la Nación.

9 Constitución de la República de Cuba (1976) y Constitución Política de Colombia (1991).

La noción de monumento aparece en los países de la región durante la primera mitad del siglo XX para señalar principalmente el patrimonio arqueológico y los bienes culturales muebles e inmuebles con valores monumentales y nacionales, relacionados con hechos sobresalientes y personajes destacados de la historia de los países. Se utilizó para exaltar los méritos artísticos o arqueológicos y el significado para el arte o la tradición,¹⁰ específicamente en relación con los valores artísticos, arqueológicos e históricos.¹¹ La legislación cultural en varios de los países de la región inicialmente protegió las ruinas arqueológicas¹² que más tarde fueron declaradas como monumentos nacionales.

Actualmente, se considera que el patrimonio cultural, en términos generales, está conformado por los bienes culturales de interés cultural o histórico de interés nacional,¹³ noción más amplia y contenedora que permite la valoración y protección de las manifestaciones culturales en general, y la definición de bien se asocia con la expresión de la nacionalidad,¹⁴ de la creación humana o evolución de la naturaleza¹⁵ y comprende diferentes categorías como son los bienes muebles e inmuebles y los monumentos, entre otros.

Recurso cultural y herencia

En la lectura de los instrumentos internacionales de protección del patrimonio, específicamente de las convenciones, se evidencia el cambio en el uso de la denominación de *bien cultural* a la de *patrimonio cultural*.

La denominación de *bien cultural* (*cultural property* en inglés), entendido como recurso cultu-

ral que hace referencia a los derechos de propiedad y al valor comercial, aparece por primera vez después de la Segunda Guerra Mundial en la Convención para la protección del patrimonio cultural en el caso de conflicto armado de La Haya en 1954 y se usa hasta finales de la década de 1960, cuando en la Convención europea para la protección del patrimonio arqueológico se introduce la denominación de patrimonio cultural que tiene implícita la noción de herencia y por lo tanto la de transmisión a las generaciones futuras. Desde entonces, en los instrumentos internacionales el término bien tiende a ser reemplazado por *patrimonio*, por ejemplo en la Convención para la protección del patrimonio mundial cultural y natural de la Unesco.¹⁶

En cuanto a las cartas y documentos, las Normas de Quito adoptadas en 1967¹⁷ tuvieron una influencia importante en los instrumentos normativos que regulan el patrimonio cultural en los países de la región, en cuanto a la consideración del patrimonio cultural como un recurso económico vinculado con el turismo y es así como en algunas legislaciones se incorpora el término recurso para referirse al patrimonio cultural y natural.¹⁸

Posteriormente en la Carta Internacional de Turismo Cultural del ICOMOS¹⁹ se considera el turismo como una fuerza positiva para la conservación de la naturaleza y de la cultura, que si se gestiona adecuadamente debe aportar beneficios a la comunidad y proporcionar medios y motivaciones para conservar el patrimonio.

La noción de herencia asociada con la transmisión a las generaciones futuras está explícita en la legislación española²⁰ y en la de algunos otros países miem-

10 Bolivia: Ley de 8 de mayo de 1927 y Decreto Supremo de 15 de abril de 1930 y Panamá: Ley 6^a de 11 de junio de 1941

11 Bolivia: Decreto Supremo 04918 de 6 de noviembre de 1961.

12 Bolivia: Ruinas arqueológicas de Tiwanaco e islas del Lago Titicaca como propiedad de la nación (Ley de 3 de octubre de 1906)

13 Bolivia: Constitución Política y Decreto 21951 de 23 de mayo de 1988; Colombia: Ley 397 de 7 de agosto de 1997; Cuba: Ley 1 de 4 de agosto de 1977; Ecuador: Decreto 3501 de 19 de junio de 1979; España: Ley 16 de 25 de junio de 1985; Panamá: Ley 29 de 19 de diciembre de 1994; Perú: Ley 2404^a de 3 de enero de 1985 y normas reglamentarias y complementarias; Venezuela: Ley de 3 de septiembre de 1993.

14 Colombia: Ley General de Cultura (Ley 39^a de 1997).

15 Cuba: Ley 1 de 1977.

16 Nicholas Stanley Price, "Editorial", en Boletín ICCROM, No 29, Roma 2003.

17 Informe final de la reunión sobre conservación y uso de los monumentos y lugares de valor histórico y artístico realizada en Quito, Ecuador en 1967.

18 Perú: Decreto legislativo 613 de 9 de julio 1990 y Constitución Política de Colombia (1991), Artículo 95.

19 Adoptada en la 12 Asamblea General del Consejo Internacional de Monumentos y Sitios ICOMOS en México en 1999

20 España: Ley del Patrimonio Histórico Español (Ley 16 de 1985).

bros del Convenio Andrés Bello.²¹ Asimismo, al adoptar por ley nacional la Convención para la protección del patrimonio mundial cultural y natural, se incorpora a la legislación cultural de los países este compromiso hacia las próximas generaciones.

Valoración del patrimonio inmaterial

Con motivo de la finalización de la segunda guerra mundial y la consecuente desaparición del colonialismo en el mundo, se genera un proceso de fortalecimiento de la identidad de los pueblos impulsado principalmente por la Organización de Naciones Unidas y Unesco,²² lo cual resulta en la adopción por parte de la Conferencia General de Unesco en 1989 de la *Recomendación sobre la salvaguardia de la cultura tradicional y popular*, entendida como el conjunto de creaciones que emanan de una comunidad cultural fundadas en la tradición, expresadas por un grupo o por individuos que reconocidamente responden a las expectativas de la comunidad en cuanto a la expresión de su identidad cultural y social.

Posteriormente en 2001 se llevó a cabo la primera Proclamación de obras maestras del patrimonio oral inmaterial de la humanidad por parte de Unesco seguida por las de 2002 y 2003, año en el cual se adoptó la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural. Estas acciones son algunos de los antecedentes de la Convención para la salvaguardia del patrimonio mundial inmaterial adoptada por la Conferencia General de Unesco en 2003, a través de la cual se reconoce el valor universal de las tradiciones y expresiones orales, las artes del espectáculo, los usos sociales, rituales y actos festivos, los cono-

cimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo y las técnicas artesanales tradicionales.

La valoración del patrimonio inmaterial en los países latinoamericanos miembros del Convenio Andrés Bello se presenta por primera vez en forma explícita en la década de 1970 cuando se incluyen las manifestaciones folclóricas como parte del patrimonio cultural de las naciones, con mención especial a las danzas y al arte popular²³ y se protegen los recursos etnológicos, etnográficos, folclóricos y las artesanías.²⁴ Posteriormente, en algunas legislaciones se hace referencia a los bienes inmateriales tales como la tradición, las costumbres y los hábitos, como patrimonio vivo de los países.²⁵

Uno de los principales retos que se enfrentan hoy en el campo de la conservación del patrimonio es precisamente la valoración del patrimonio cultural inmaterial y existe un interés cada vez mayor por identificarlo y protegerlo. Sin embargo, también está presente el riesgo de desvirtuar el término patrimonio al convertirlo en un lugar común al tratar de aplicarlo indiscriminadamente, pues en esta forma perderá su significado.²⁶

Elementos para la construcción de una noción de patrimonio cultural

Las definiciones de patrimonio cultural que se encuentran en los instrumentos internacionales así como en la mayoría de las legislaciones nacionales para la protección del patrimonio cultural, en términos generales se basan en uno de los siguientes sistemas:²⁷ la *enumeración*,²⁸ que hace mención expresa

21 Colombia: Ley General de Cultura (Ley 397 de 1997)

22 González Varas, *op. cit.*, y consulta con el historiador Álvaro Tirado (marzo de 2004).

23 Bolivia: Decreto Supremo 12626 de 1977, Chile: Decreto 23 de 18 de septiembre de 1979 y Panamá: Constitución Política.

24 Bolivia: Decreto Supremo 12626 de 1977

25 Colombia: Ley General de Cultura (Ley 397 de 1997) y Venezuela: Ley de 3 de septiembre de 1993

26 Nicholas Stanley Price, en entrevista realizada por Olga Pizano para la revista *Apuntes de la Pontificia Universidad Javeriana*, Bogotá, 2004.

27 Lyndel V. Pratt, "Medidas legislativas de lucha contra el tráfico ilícito de bienes culturales", París, Unesco, 1983 citado en Alvaro Suárez "Diseño metodológico del proyecto de medición del impacto del patrimonio cultural en la economía: Marco conceptual, lineamientos y recomendaciones generales de política", 2003

28 Bolivia: Resolución Ministerio de Educación 1642 de 2^a de noviembre de 1961 Las instituciones, sociedades y personas particulares, que posean obras de arte... como son: a) Pinturas: cuadros, tablas, lienzos, láminas metálicas, vidrios, grabados, dibujo, estampas, relieves, retablos b) Artes menores: objetos de orfebrería, platería, tabernáculos, vajillas, candelabros, joyas anteriores a 1900. c) Muebles y accesorios anteriores a 1900. d) Tapices, tejidos, trajes, tocados, etc. g) (sic) Documentos históricos, hardas, condecoraciones y

otros. h) Arqueología, se consideran monumentos y piezas arqueológicas los restos de actividad humana de importancia artística y científica de la época utilitaria y ceremonial, tejidos, canastos, redes, tapices, bordados, plumería. Orfebrería: objetos de oro, plata, cobre, bronce y otros materiales y piedras preciosas y semipreciosas

de cada uno de los objetos que se intenta proteger: la *división en categorías*,²⁹ en donde se recurre a una agrupación muy general de lo que constituye el objeto de definición y la *clasificación*, en donde no se incluye nada hasta tanto una persona designada para tal efecto no adopte una decisión y posteriormente se apliquen medidas de protección, como es el caso en Francia.

Para efectos de este estudio, se identificaron y agruparon los siguientes elementos para construir una noción de patrimonio cultural (ver cuadro 3).

II. Fiestas, festivales y ferias

Las fiestas son eso. espacio, sonido, color para que las almas se entiendan.

LUIS MILLONES SANTA GADEA

Para el análisis del conjunto de fiestas en los países miembros del Convenio Andrés Bello, en primer lu-

gar se revisó la bibliografía disponible (ver bibliografía), se adelantaron consultas con algunos especialistas³⁰ y se analizaron los instrumentos internacionales para la protección del patrimonio cultural inmaterial, especialmente la Convención adoptada en 2003 por la Conferencia General de Unesco y sus antecedentes,³¹ así como las normas que regulan el patrimonio cultural en los países miembros (ver Anexo 2) y los aportes del Convenio sobre el tema de patrimonio cultural inmaterial, especialmente los conceptos elaborados en el concurso Somos Patrimonio.³²

En segundo lugar, se consultaron los inventarios de las fiestas y los eventos festivos publicados en internet por entidades oficiales de los gobiernos de los países miembros del Convenio Andrés Bello y por organismos internacionales como la Organización de Estados Iberoamericanos-OEI, y se estudiaron los inventarios de Bolivia, Colombia y Perú. Asimismo el Convenio Andrés Bello remitió a los paí-

Cuadro 3
Elementos para construir una noción de patrimonio

PATRIMONIO CULTURAL											
Dirección	Significado	Carácter	Clase	Origen	Motivo	Medio	Comunidad	Características	Proceso		
Conjunto	Cultural	Material	Monumento	Reserva	Religioso	Música	Indígena	Comunidad	Identidad	Referencia	Identidad
	Historia	Material	Reserva	Reserva	Religioso	Inmuebles	Nación	Tonificación	Participación	Participación	Identidad
	Social				Tribal	Literario	Local		Fuerza de	Identidad	Identidad
	Intelectual								Reconstrucción	Identidad	Identidad
									Integración	Identidad	Identidad
									Integración	Identidad	Identidad
									Integración	Identidad	Identidad
									Integración	Identidad	Identidad
									Integración	Identidad	Identidad
									Integración	Identidad	Identidad
									Integración	Identidad	Identidad
									Integración	Identidad	Identidad

29 Ley 16 de 1985 del Patrimonio Histórico Español: Integran el patrimonio histórico Español los inmuebles y objetos muebles de interés artístico, histórico, paleontológico, arqueológico, etnográfico, científico o técnico. También forman parte del mismo el patrimonio documental y bibliográfico, los yacimientos y

las zonas arqueológicas, así como los sitios naturales, jardines y parques, que tengan valor artístico, histórico o antropológico

30 Marcos González, historiador, abril de 2004; Monseñor Juan Miguel Huertas, mayo y agosto de 2004; Antonio López Ortega, gerente general de la Fundación Bigott de Venezuela, 2004; Javier

Ocampo, historiador, marzo de 2004; Ramiro Osorio, abril de 2004; Gloria Trana, antropóloga, marzo de 2004; Oswaldo Enrique Urbano, Universidad San Martín de Porres en Perú, (2004) y María Victoria Urbe, antropóloga, marzo de 2004.

31 "Declaración universal sobre la diversidad cultural", Unesco,

2001. "Primera Proclamación de obras maestras del patrimonio oral e inmaterial de la humanidad", Unesco, 2001. "Recomendación sobre la salvaguardia de la cultura tradicional y popular", Unesco, 1989.

32 Convenio Andrés Bello, *Somos Patrimonio*, tomos 1, 2 y 3, Bogotá

ses miembros el cuestionario preparado por el módulo cultural (ver Anexo 4) y se registraron las respuestas enviadas por entidades y especialistas de Bolivia, Perú y Venezuela. (Ver Anexo 5)

En el análisis se buscó establecer el propósito de las fiestas y las posibilidades de agrupación, el carácter de acuerdo con lo que se conmemora o celebra, los tipos en relación con la forma en que se celebran, así como las actividades propias y complementarias de las fiestas, los sistemas de clasificación y la protección legal tanto en el ámbito nacional como en el internacional, mediante la proclamación de Obras maestras del patrimonio oral e inmaterial de la humanidad o la inscripción en la lista representativa del Patrimonio mundial inmaterial de la Unesco.

Con base en lo anterior se estableció una aproximación a la teoría de la fiesta con el propósito de contar con un marco conceptual y determinar las nociones de fiesta, festival y feria. En el desarrollo del trabajo se hizo necesario identificar una tipología festiva, la cual pretende ser una primera propuesta de un sistema de clasificación de las fiestas, festivales y ferias.

Asimismo se definieron unos criterios de valoración para seleccionar de manera más adecuada las festividades a las cuales aplicar el modelo para medir el impacto económico y social, y se concluyó con la escogencia de un conjunto de elementos para construir las nociones de fiesta, festival y feria.

Aproximación a la teoría de la fiesta

La necesidad festiva está presente en la actividad de todas las sociedades humanas³³ y se expresa a tra-

vés de celebraciones rituales y acontecimientos conmemorativos que se organizan para regocijo público.³⁴ Las fiestas son construcciones míticas simbólicas en las que se manifiestan las creencias, mitos, concepciones de la vida y del mundo, y los imaginarios colectivos³⁵ y están asociadas a algunas etapas del ciclo vital, de la economía, de las creencias religiosas, de la política y de otras motivaciones humanas. Se transmiten por tradición y son originales y propias de una sociedad, en un espacio y un tiempo³⁶ determinados.

En las fiestas están presentes dos componentes que son a la vez antagonistas y complementarios: la representación que una sociedad se da a sí misma para afirmar sus valores y perennidad, y la ruptura, que se esconde tras la ficción del unanimismo y de la cual se encarga la fiesta carnavalesca o subversiva.³⁷ Es decir, la fiesta tiene un doble propósito: es integradora pues puede cristalizar las aspiraciones colectivas de una toma de conciencia común y a la vez es subversiva pues fiesta y revuelta siempre han estado asociadas en la historia.³⁸

En cada fiesta hay un sujeto celebrante entendido como la colectividad que la realiza y la dota de significado y un objeto celebrado que es el ser o acontecimiento evocado mediante los ritos y símbolos³⁹ y se presenta por determinados motivos y de manera cíclica en diferentes modalidades: las pequeñas reuniones familiares que buscan cohesionar a los individuos alrededor de sociabilidades de carácter privado y además crean lazos de solidaridad por intereses intrafamiliares, políticos, económicos y sociales que inciden en la formación o consolidación de las relaciones de poder y las fiestas que movilizan grupos más grandes en donde están en juego intereses colectivos de diverso tipo.⁴⁰

33 Michel Vovelle, "De la sociedad tradicional al Estado moderno: La metamorfosis de la fiesta en Francia", en Marcos González, *Fiesta y Nación en Colombia*, (autor y compilador), Bogotá, Cooperativa Editorial Magisterio, 1998

34 Javier Ocampo López, *Las fiestas y el folclor en Colombia*,

Octava reimpresión, Bogotá, El Ancora Editores, 2002 (Primera impresión, 1985)

35 Pedro Querejazu Leyton, "La apropiación social del patrimonio", en *Somos patrimonio 3*, Bogotá, Convenio Andrés Bello, 2003.

36 Alfredo Poviña, citado en Ocampo López, *op cit*

37 Ocampo López, *op cit*

38 Vovelle, *op cit*.

39 F.A. Isambert, *À Le sens du sacre Fite et religion populaire*, Paris, Minuit, 1982, citado en Marcos González Pérez, "La fiesta republicana en Colombia siglo XIX", en Marcos González Pérez (compilador), *Fiesta y Nación en Colombia*, Bogotá, Editorial Magisterio, 1998.

ción en Colombia, Bogotá, Editorial Magisterio, 1998

40 Marcos González Pérez, "La fiesta republicana en Colombia siglo XIX", en Marcos González Pérez (compilador), *Fiesta y Nación en Colombia*, Bogotá, Editorial Magisterio, 1998.

Las fiestas crean un tiempo distinto al normal y recrean los espacios para que otro tipo de jerarquías entre a funcionar mientras dura el período ceremonial y máscaras y disfraces tienen la función de transformar la vida comunal reagrupando a sus miembros en otro sistema que suspende la vigencia del usual.⁴¹ Los participantes asumen o transmiten códigos comunicativos y formas de conducta, que en el contexto festivo no coinciden necesariamente con el comportamiento habitual de la vida cotidiana, pero que son decodificados e interpretados por los otros participantes del grupo.

La ciudad, el pueblo o la calle en donde se celebra la fiesta se convierte en un espacio ceremonial.

Lo que caracteriza la fiesta es la identificación que hace que los celebrantes tengan sentido de pertenencia y hospitalidad hacia los visitantes. Una fiesta generosa es además, un peldaño en el ascenso de la familia responsable que le abre posibilidades en la vida civil de la comunidad.⁴² Todas las fiestas involucran intercambios comerciales. Como dicen en Otuzo, "la fiesta es para los que vienen, nosotros estamos ocupados en comerciar".⁴³ La preparación de la fiesta en muchas ocasiones comienza cuando ésta se termina y se desarrolla hasta que ésta comienza de nuevo, lo cual llega a ser una forma de vida permanente para algunos integrantes de las comunidades que la celebran.

Las fiestas son populares porque se convierten en el patrimonio más querido de un pueblo; son funcionales porque se identifican con la vida material, social y espiritual de la comunidad y son vigentes porque se manifiestan con todo vigor y fuerza en la sociedad que las considera como frutos de la herencia del pasado.⁴⁴

La permanencia y conservación de la estructura de la fiesta permite identificar su origen y a la vez

apreciar las transformaciones que han tenido a lo largo del tiempo. Hoy las fiestas se encuentran amenazadas por factores como la globalización, el desarrollo económico, los desplazamientos voluntarios y forzosos, la escasez de recursos y en algunos casos por decisiones estatales⁴⁵ y algunos de los principales riesgos tienen que ver con la irrupción del turismo internacional y la disyuntiva de organizar y promover fiestas para el turismo, la folclorización de la fiesta tradicional por decadencia de la sociedad, el repliegue de la fiesta hacia solidaridades más pequeñas, la infantilización del carnaval y los carnavales ligados al turismo convertidos en empresas comerciales.⁴⁶

A la vez, las fiestas enfrentan nuevos retos como el ser compatibles con los principios aceptados por la comunidad internacional en relación con la conservación del medio ambiente y el respeto por los derechos humanos. Uno de los desafíos más importantes tiene que ver con los medios de comunicación que permite que de la plaza la fiesta se traslade a las pantallas y se proyecte a través del mundo.⁴⁷

La conservación de las fiestas se logrará principalmente a partir del fortalecimiento de la identidad cultural y del reconocimiento de la diversidad, especialmente mediante la apropiación social del patrimonio cultural. En la medida en que las políticas, los instrumentos normativos y las acciones administrativas consideren los valores y el significado de las fiestas, así como estrategias de participación tanto para los actores como para los espectadores, se logrará avanzar en la sostenibilidad en cuanto a su estructura, los elementos que utiliza y los recursos que se requieren.

Tipología festiva

El universo de las fiestas en América Latina, en la mayoría de los casos producto de la interrelación de

41 Luis Millones Santa Gadea, "Los dioses bailan, cantan, beben y comen: los humanos también", en Javier Silva Meniel, "Calendario del Perú: Tiempos de Fiesta", Promperú Perú,

Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A., 1998

42 *Ibid*

43 *Ibid*

44 Ocampo López, *op. cit.*

45 Ley Emiliani en Colombia que decretó trasladar la mayoría de los días festivos a los días lunes y la decisión del Consejo Nacional de Cultura en Cuba que tomó medidas homogenizadoras para los carnavales. Jesús Guanche

Pérez, "Etnicidad, festividad popular e identidad en Cuba actual", en Marcos González Pérez, *op. cit.*

46 Vovelle, *op. cit.*

47 *Ibid*

festividades religiosas católicas traídas por los españoles, que a su vez tenían origen en arcaicos ritos precristianos del Viejo Mundo, ceremoniales aborígenes prehispánicos y ritos seculares africanos.⁴⁸ es de gran amplitud y diversidad.

Durante la época colonial se fortaleció una mentalidad colectiva de carácter religioso, consecuencia de la importancia de la vida religiosa de los españoles que se vio reflejada en el proceso de evangelización de los pueblos indígenas y africanos en el Nuevo Mundo, lo cual corresponde al mayor auge de las fiestas religiosas y a la institucionalización de un calendario desde el Año Nuevo hasta la Navidad y los Santos Inocentes. Los pueblos se fueron acoplando a la celebración de estas fiestas, las cuales adquirieron un verdadero sentido popular y folclórico.⁴⁹

A la vez que estas fiestas han permanecido y también evolucionado, a lo largo del tiempo han aparecido múltiples celebraciones y conmemoraciones que tienen diferentes propósitos y motivos, las cuales han enriquecido y ampliado aun más el grupo de festividades.

Para lograr una mejor comprensión del conjunto de fiestas,⁵⁰ se construyó una tipología festiva que contempla el carácter o propósito de la celebración o acto conmemorativo; el motivo o fuente de inspiración de la festividad; el medio o forma en que se expresa el motivo de celebración o conmemoración;⁵¹ el ser o acontecimiento que se evoca, es decir el objeto celebrado;⁵² la colectividad que celebra la fiesta y la dota de significado,⁵³ y el agente u órgano de gestión que la organiza.

⁴⁸ Glotia Triana, *La cultura popular en el siglo XX. Nueva Historia de Colombia*, tomo VI, Bogotá, Planeta Colombiana Editorial S.A., 1989.

⁴⁹ Ocampo López, *op. cit.*

⁵⁰ La revisión de los inventarios oficiales de las fiestas en algunos países miembros del Convenio Andrés Bello y el análisis de la información recogida en el cuestionario que se envió a las entidades nacionales encargadas

del manejo del patrimonio cultural en los países miembros del CAB y a las universidades, indican que no se cuenta con sistemas de clasificación oficiales basados en tipologías festivas al menos en Bolivia, Colombia, Perú y Venezuela y que las fiestas se agrupan en categorías generales de acuerdo con las fechas o el lugar en donde se celebran, es decir, que para la clasificación se aplican criterios geográficos o de calendario y en algunos ca-

Se establecieron tres grupos generales: en primer lugar, las *fiestas*; en segundo lugar, los *festivales*, y por último las *ferias*.

Fiestas

Las fiestas se agruparon de acuerdo con el *carácter* de la celebración o acontecimiento conmemorativo en *tradicionales* cuyo propósito es conservar la memoria y fortalecer la identidad cultural y *patrias*, para afianzar sentido de la nacionalidad.

Las fiestas *tradicionales* comprenden en primer lugar las fiestas *religiosas* cuyo motivo de celebración es la necesidad profunda de los individuos y grupos sociales para expresar la devoción religiosa, y por lo tanto reflejan sentimientos de acercamiento al mundo espiritual. En ellas se pide intervención sobrenatural para la solución de los problemas personales y colectivos o se dan gracias por los favores recibidos. En las fiestas tradicionales en América Latina, por lo general se encuentra el sincretismo de los santos católicos procedentes de Europa, memorias aborígenes y huellas de deidades africanas.⁵⁴

Se asiste a los *rituales* y *ceremonias* para conmemorar los misterios centrales de la fe y expresar devoción. En las celebraciones litúrgicas hay un oferente que es el sacerdote en nombre del pueblo y una ofrenda económica o en especie, para el sostenimiento de la iglesia o para ayudar a los necesitados.

En las fiestas católicas se evocan las imágenes y los acontecimientos de la vida de Cristo, de la Virgen María y de los santos y se manifiesta alegría y

so se hace de acuerdo con las sociedades de sustento como por ejemplo en Venezuela, según Flor Alba Cabrera de la Dirección de Conservación de Testimonios y Procesos Culturales del Instituto de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural - CONAC. En Perú, de acuerdo con Luis Guillermo Umbreras, Director del Instituto Nacional de Cultura, se utilizan las categorías de fiestas tradicionales y festivales

⁵¹ Lino Iaramillo, consulta, julio de 2004.

⁵² Isambert, *op. cit.*

⁵³ *Ibid.*

⁵⁴ Nina de Friedemann, *Fiestas, celebraciones y ritos de Colombia*, Bogotá, Villegas Editores, 1995



Bolivia. Diablada del Carnaval de Oruro.

Fotografía: Willy Kenning.

diversión,⁵⁵ y se realizan en lugares determinados como por ejemplo los templos, altares, plazas, calles y sitios sagrados⁵⁶ que con motivo de la celebración se convierten en espacios ceremoniales.

En las fiestas de los *santos patronos*, divinidades protectoras a quienes se encuentran encomendadas las localidades y quienes velan por su prosperidad y por el bienestar de sus habitantes, periódicamente se renueva el pacto sagrado con ellos mediante la celebración de su nombre y del tributo de devoción a su imagen.⁵⁷ Asimismo se celebran las fiestas de los *mártires*, santos confesores de la fe, de la caridad y doctores entre otros, y *santas vírgenes*, viudas y religiosas, a quienes se expresa devoción generalmente en el aniversario de su muerte entendida como el nacimiento a la eternidad.⁵⁸

Las *peregrinaciones* son recorridos que se hacen por devoción a una ermita o santuario después de hacer promesas como garantía, si se obtienen las gracias que se piden. Los promeseros rinden homenaje de gratitud, hacen promesas, asisten a las ceremonias rituales y procesiones, y expresan alegría en las romerías que son las fiestas populares que se celebran con motivo de una peregrinación en la que se evocan leyendas milagrosas y favores recibidos de Dios, a través de la Virgen María y de los santos.

La Iglesia, es decir el clero y los feligreses, así como la comunidad participan en la celebración de las fiestas religiosas y las dotan de significado. Son organizadas en primera instancia por la hermandad o cofradía,⁵⁹ asociaciones de fieles que desde la época colonial en América Latina han estado a cargo de ellas. Las autoridades religiosas las legitiman, participan en la coordinación y facilitan el uso de los espacios religiosos y objetos litúrgicos y las autori-

dades civiles a su vez las apoyan mediante aportes, presencia en los actos y autorización para el uso del espacio público, entre otros.

El segundo grupo de las fiestas tradicionales es el de las fiestas profanas que a su vez pueden ser en primer lugar *calendáricas* o *cíclicas*⁶⁰ que se expresan como *carnavales* entendidos como una parodia de las reglas que son reconocidas y respetadas por toda la colectividad, y en los que se presenta una inversión del estatus socio-racial.⁶¹ En algunos casos los carnavales pueden tener origen en una protesta frente a antiguos dominios de otros grupos y luego al de sumisión religiosa católica.⁶² Se evoca el calendario religioso, especialmente el tiempo comprendido entre la Epifanía y el Miércoles de ceniza y se celebran como preludio a los rigores de la época de penitencia o en una fiesta religiosa que se carnavaliza. La comunidad los dota de significado y por lo general son organizados por las autoridades civiles y organizaciones no gubernamentales, generalmente con el apoyo de la empresa privada.

El segundo grupo de las fiestas profanas es el de las *ceremonias rituales* en las que se celebran los ciclos vitales y naturales. Se evocan las diferentes etapas de la vida de los seres humanos como la pubertad y la muerte, así como los fenómenos naturales como por ejemplo las épocas de lluvia y de sequía. También se celebra el propiciamiento y la organización de las cosechas y otras actividades como la caza y la pesca. Las comunidades las dotan de significado y generalmente son organizadas por ellas y sus órganos de gobierno.

Otro grupo es el las *fiestas patrias* cuyo propósito es afianzar el sentido de la nacionalidad y su motivo es en primer lugar *patriótico* y *republicano*.

55 Javier Ocampo López, "Fiestas religiosas y romerías", en ¡Fiestas!, revista Credencial Histórica, edición 93, Bogotá, 1997

56 Ocampo López, *op. cit.*

57 *Ibid*

58 Consulta con Monseñor Juan Miguel Huertas, julio de 2004

59 Grupo de devotos del pueblo organizado para cuidar el edificio de la iglesia, las estatuas, los cuadros y los ornamentos sagrados. También les toca liderar la concurrencia a los oficios religiosos y coordinar con el sacerdote para recoger fondos que servían para reparar o engrandecer el templo y sus imágenes. La

participación de las hermandades fue y suele ser una tarea muy formal y llevada a cabo con mucha seriedad. Hoy la elección de sus miembros repite con variantes las votaciones cívicas, aunque en muchos otros casos es el párroco quien elige a las personas que integran el cuerpo directivo. Millones Santa Gadea, *op. cit.*

60 V. V. Ivanov, "La teoría semiótica del carnaval como la inversión de opuestos bipolares", en ¡Carnaval!, México, Fondo de cultura económica, 1998. (Primera edición 1984 en inglés)

61 Millones Santa Gadea, *op. cit.*

62 *Ibid*

En estas fiestas se hace referencia a imaginarios como la patria, el patriotismo, el héroe o las victorias militares independentistas y se ponen en escena emblemas que contribuyen a la construcción del sentido de pertenencia a un determinado régimen político.⁶³ En segundo lugar, el motivo es *cívico* y estas fiestas se celebran para fortalecer el sentido de pertenencia en los ciudadanos a través de la conmemoración de la fundación de los pueblos y ciudades. El Estado entendido como el gobierno o administración superior de una Nación, las fuerzas militares y los ciudadanos les otorgan significado a las fiestas patrias y son organizadas por las autoridades civiles y militares. Por último, es *religioso solemne*, para conmemorar los votos religiosos hechos por las autoridades públicas en representación de todos los ciudadanos, cuyo arreglo está a cargo de las autoridades civiles y eclesiásticas.

Festivales

Los festivales, según su carácter, pueden ser en primer lugar *festivales artísticos*, cuyo propósito es difundir las expresiones culturales y el motivo es la música, la danza, el teatro o el cine, entre otros, que se expresa a través de presentaciones, exhibiciones y concursos. Se evoca el talento y la creatividad especialmente en la composición, la interpretación, la composición, la dirección y la actuación.

En segundo lugar, *festivales folclóricos* 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.

Los festivales generalmente son celebrados por el Estado y la comunidad, y son organizados por las autoridades civiles y organizaciones no gubernamentales, que en ocasiones cuentan con apoyo de la empresa privada.

Ferias

Las ferias tienen un carácter promocional y su propósito es fomentar la integración de los habitantes de la región, resaltar los valores y facilitar el intercambio cultural. Se inspiran en primer lugar en *los pueblos, ciudades y regiones* en donde se crean alianzas entre las gentes y se difunden valores culturales y productos regionales; en segundo lugar en la flora y la fauna para exhibir los productos y evocar la biodiversidad y la producción de la región, y en tercer lugar, en las *industrias culturales* para la exhibición y comercialización de los productos y servicios culturales, entre otros, cuyo objeto es presentar el estado del arte, la evolución, la innovación y la tecnología. El Estado y la comunidad celebran las ferias y el motivo se expresa a través de actos conmemorativos, exposiciones y concursos.

Elementos propios y actividades complementarias

En las fiestas están presentes los elementos propios de las celebraciones rituales o actos conmemorativos y se entremezclan con actividades complementarias como por ejemplo presentaciones, exposiciones y concursos, bailes, festivales gastronómicos, venta de artesanías, reinados de belleza y juegos pirotécnicos, y riñas de gallos, corralejas de novillos, corridas de toros, coleo de ganado, cabalgatas y carreras de caballos.

Elementos para construir nociones de fiesta, festival y feria

A partir de la aproximación a la teoría de la fiesta y de la tipología festiva que se estableció, se definieron y agruparon los siguientes elementos para construir nociones de fiesta, festival y feria. (Ver cuadro 5).

⁶³ González Pérez, *op. cit.*

Cuadro 4
Tipología festiva

	Carácter Propósito	Motivo Fuente de inspiración	Medio Forma en que se expresa el motivo	Objeto <i>Del acontecimiento o hecho inspirador</i>		Colectividad Celebra y dota de significado	Agente Órgano que organiza		
<p>FIESTAS Hechos culturales colectivos que evocan un ser o acontecimiento sagrado o profano a través de ceremonias rituales o actos conmemorativos. Son transmitidos por tradición oral, por su permanencia y evolución, y las sociedades que las celebran les dotan de significado.</p>	<p>TRADICIONALES Conservar la memoria y fortalecer la identidad cultural.</p>	<p>Religiosas Culto que responde a la necesidad de expresar la devoción religiosa y refleja sentimientos de acercamiento al mundo espiritual.</p>	<p>Rituales y ceremonias Comemoración de los misterios centrales de la fe católica, honra a los santos y expresión de devoción.</p>	Cristo	Imagen	Iglesia (Clero y feligreses) Comunidad	Autoridades religiosas Autoridades civiles Cofrades, hermandades o asociaciones		
					Acontecimientos de su vida				
				Virgen María	Imagen	Iglesia (Clero y feligreses) Comunidad	Autoridades religiosas Autoridades civiles Cofrades, hermandades o asociaciones		
					Acontecimientos de su vida				
				Santos	Patronos Divinidad protectora que vela por la prosperidad de la localidad y por el bienestar de sus habitantes.	Iglesia (Clero y feligreses) Comunidad	Autoridades religiosas Autoridades civiles Cofrades, hermandades o asociaciones		
					Santos y santas Mártires, confesores de la fe, doctores, de la caridad, virgenes, vueltas y religiosas				
				Peregrinaciones/ romerías Recomido por devoción a un santuario / Fiesta popular con motivo de una peregrinación	Leyendas religiosas	Dios A través de la Virgen María y los santos	Iglesia (Clero y feligreses)	Autoridades religiosas Autoridades civiles Cofrades, hermandades o asociaciones	
									Comenales Parada de los reyes que son reconocidas y respetadas por toda la colectividad Inversión de estatus
				Profanas Calendarias y agrícolas	Ceremonias rituales	Ciclos rituales y naturales Etapas de la vida de los seres humanos Fenómenos naturales Preparación y organización de actividades	Pubertad / muerte	Comunidad	Órganos de gobierno Comunidad
							Épocas de lluvia / de sequía		
<p>FIESTAS Afinzar sentido de la reconciliación</p>	<p>Religiosas Votos religiosos por parte de las autoridades públicas de todos los ciudadanos</p>	<p>Actos conmemorativos</p>	<p>Héroes hechos y victorias militares Símbolos patrios</p>	<p>Estado Fuerzas militares Comunidad</p>	<p>Autoridades civiles y militares</p>				
						<p>Actos conmemorativos</p>	<p>Fundación de pueblos y ciudades</p>	<p>Estado Comunidad</p>	<p>Autoridades civiles</p>
						<p>Ceremonias rituales</p>	<p>Estado Iglesia (Clero y feligreses) Comunidad</p>	<p>Autoridades civiles Autoridades eclesiales</p>	
<p>FESTIVALES Acontecimientos artísticos o folclóricos que recrean y exhiben expresiones culturales y tradiciones populares</p>	<p>Artísticos Difundir expresiones culturales</p>	<p>Música Danza Teatro Cine</p>	<p>Presentaciones estibísticas y concursos</p>	<p>Talento Creatividad</p>	<p>Composición Interpretación Actuación Dirección</p>	<p>Estado Artistas Comunidad</p>	<p>Autoridades civiles Organizaciones no gubernamentales Empresa privada</p>		
	<p>Folclóricos Recuperar y conservar tradiciones populares</p>	<p>Mitos y leyendas</p>	<p>Celebraciones y actos conmemorativos</p>	<p>Creecias</p>	<p>Estado Comunidad</p>	<p>Autoridades civiles Organizaciones no gubernamentales Empresa privada</p>			
<p>FERIAS Eventos que promueven productos y servicios culturales</p>	<p>Promocionales Fomentar la integración de los habitantes, resaltar los valores culturales y facilitar el intercambio comercial</p>	<p>Pueblos Fomento del espíritu cívico Alianzas entre gentes de ciudades o pueblos vecinos Difusión de valores culturales y productos</p>	<p>Celebraciones y actos</p>	<p>Comercio</p>	<p>Estado Comunidad</p>	<p>Autoridades civiles Organizaciones no gubernamentales</p>			
		<p>Flora y fauna Exhibición de productos de la región</p>	<p>Exposiciones y concursos</p>	<p>Biodiversidad Producción</p>	<p>Estado Comunidad</p>	<p>Autoridades civiles Organizaciones no gubernamentales Empresa privada</p>			
		<p>Industrias culturales Exhibición y comercialización de productos y servicios culturales</p>	<p>Exposiciones</p>	<p>Estado del arte Evolución Innovación Tecnología</p>	<p>Estado Comunidad</p>	<p>Autoridades civiles Organizaciones no gubernamentales Empresa privada</p>			

Cuadro 5
Elementos para construir nociones de fiesta, festival y feria

FIESTA												
Descripción		Significado	Carácter	Objeto		Motivo	Medio		Colectividad	Características	Propósito	
Manifestaciones	Creencias	Cultural	Anónimo	Evocar	Ser	Sagrado	Ceremonias	Rituales	Comunidad	Transmisión por tradición	Fortalecer	Identidad cultural
	Mitos	Identitario	Acontecimiento		Profano	Activa	Comemorativos	Estado	Expresión en forma oral	Conservar	Tradiciones	
	Concepciones de la vida y el mundo		Acontecimiento	Celebrar	Significado	Comemorativos	Estado	Comunidad	Continuidad		Costumbres	
	Imaginerías colectivas	Dotar	Creencias									
Expresiones									Vigencia		Mitos	
											Memoria	Nacionalidad
FESTIVAL Y FERIA												
Descripción		Significado	Carácter	Objeto		Motivo	Medio		Colectividad	Características	Propósito	
Acontecimientos		Cultural	Artístico	Rescatar		Expresiones culturales	Presentaciones		Comunidad	Programados	Disfrutar	Cultura
Eventos		Social	Folclórico	Distintos		Tradiciones populares	Concursos		Estado	Continuidad	Consolidar	Público
				Construir		Eventos sociales contemporáneos	Exposiciones		Comunidad (Clero y laicos)	Participativa	Ejercitar	Poder
				Participar			Exposiciones				Reservar	Productos
				Asistir								Servicios
				Intercambiar								

Criterios de valoración

La valoración de las fiestas, festivales y ferias se puede realizar a partir de la identificación de sus características y de la aplicación de criterios establecidos, que para efectos del presente estudio se consideran a la vez como una herramienta para seleccionar de manera más adecuada aquellas festividades a las cuales aplicar el modelo para medir el impacto económico y social, y son los siguientes (ver cuadro 6).

III. Nociones

El marco conceptual que se elaboró como referencia para el diseño de modelos de evaluación del patrimonio cultural desde el punto de vista de su impacto económico y social, comprende la definición de una noción de patrimonio cultural con énfasis en las fiestas, amplia y con perspectiva regional.

Patrimonio cultural

A partir del análisis de la evolución conceptual del patrimonio cultural, el cambio en el uso de la denominación de bien cultural a la de patrimonio cultural y la valoración del patrimonio inmaterial, así como de los planteamientos sobre patrimonio del Convenio Andrés Bello, especialmente lo relacionado con la apropiación social de los bienes culturales, y en el marco de la cultura entendida como el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social, y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias,⁶⁴ lo que implica que es algo integral que explica y define todo el proceder humano,⁶⁵ se definió una noción de patrimonio cultural.

64 "Declaración universal sobre la diversidad cultural", Unesco, 2001.

65 Pedro Querejazu Leyton, *op cit*

Cuadro 6
Criterios de valoración

Criterio		Alcance
1	Tipológico	Clasificación en función del Carácter Propósito de la celebración o conmemoración Motivo Fuente o inspiración de la fiesta Medio Forma en que se expresa el motivo Objeto Ser acontecimiento o asunto evocado Colectividad que celebra la fiesta y la dota de significado
2	Geográfico	Localización Cobertura local regional nacional internacional
3	Fortalecimiento de la identidad cultural	Recuperación y difusión de las tradiciones
4	Trajectoria y permanencia	Origen y conservación de la estructura Institucionalización y sostenibilidad económica
5	Armonía con el entorno	Compatibilidad con los instrumentos internacionales de derechos humanos existentes y con los imperativos de respeto mutuo entre comunidades grupos e individuos y de desarrollo sostenible (Convención para la salvaguarda del patrimonio mundial inmaterial Unesco, 2003)
6	Participación	Rol de la comunidad en la preparación, celebración y evaluación Comunidad local y visitantes Actores y espectadores
7	Protección legal	Instrumentos normativos internacionales nacionales regionales o locales
8	Promoción y difusión	Motivación de la población para disfrutar la cultura Consolidación de un público existente y formación de nuevo especialmente jóvenes Apreciación y adquisición de productos Extensión de la fiesta a través de los medios de comunicación Aprovechamiento turístico y recreativo
9	Gestión	Agencia u órgano que programa organiza registra coordina gestiona recursos y asesora
10	Documentación	Registro de transformaciones actividades y participación

Para tal efecto se escogieron entre los elementos que se identificaron aquellos cuyo alcance es más amplio y contenedor, y se agruparon para establecer en primer lugar los bienes que componen el patrimonio cultural, así como su significado y carácter; en segundo lugar, cómo lo asume la colectividad y por último, cuál es el propósito o para qué le sirve a los individuos.

La noción de patrimonio cultural que se construyó para efectos del presente estudio es la siguiente:

Patrimonio cultural entendido como el conjunto de manifestaciones culturales materiales e inmateriales que una sociedad hereda, interpreta, dota de significado, se apropia, disfruta, transforma y transmite; es referencia para la identidad, fuente de inspiración para la creatividad y sustento para las proyecciones de futuro de los individuos.

Fiesta, festival y feria

A partir de la aproximación a la teoría de la fiesta y de la tipología festiva que se estableció, se escogie-

ron entre los elementos que se definieron aquellos cuyo alcance es más amplio y contenedor y se agruparon para establecer en primer lugar aquellos aspectos que comprende la festividad y cuál es su significado; en segundo lugar, cuáles son su carácter y sus características, y por último, cómo las asume la colectividad.

En el marco de la noción de patrimonio cultural que se definió, se construyeron para efectos de este estudio las siguientes nociones:

La *fiesta* es un hecho cultural colectivo que evoca un ser o acontecimiento sagrado o profano a través de ceremonias rituales o actos conmemorativos. Es transmitida por tradición, tiene permanencia, evoluciona, y es propia de la sociedad que la celebra y dota de significado.

El *festival* es un acontecimiento artístico o folclórico que rescata y difunde expresiones culturales y tradiciones populares, y la *feria* es un evento para promover productos y servicios culturales.

Anexo 1

Instrumentos internacionales para la protección del patrimonio cultural material

Convenciones

Fecha	Instrumento	Denominaciones	Definiciones/ Se considera	Ámbitos de aplicación	Características
2001	Convención sobre la protección del patrimonio cultural www.unesco.org	Patrimonio cultural	Restos de existencia humana que tengan carácter cultural o histórico	Sitios, estructuras de edificios, objetos restos humanos junto con su contexto, buques, aviones, medios de transporte y objetos de carácter prehistórico	
1972	Convención para la protección del patrimonio mundial cultural y natural www.unesco.org	Patrimonio cultural	Monumentos	Obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cuevas y grupos de elementos	Valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia
			Conjuntos	Grupos de construcciones, aisladas o reunidas	
			Lugares	Obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza así como las zonas incluidos los lugares arqueológicos	Valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico
1970	Convención sobre las medidas que deben adoptarse para prohibir a la importación, exportación y transferencia de propiedad ilícitas de bienes culturales www.unesco.org	Bienes culturales		<p>Colecciones El producto de excavaciones Bienes relacionados con la historia El producto de excavaciones Elementos procedentes de la desmembración de monumentos artísticos o históricos y de lugares de interés arqueológico Antigüedades de más de 100 años Material etnológico</p>	De interés para la arqueología, la prehistoria, la historia, el arte, la ciencia y la literatura
		Monumento	Objetos	<p>Bienes de interés artístico como: cuadros, pinturas, dibujos, arte estatuaria y de escultura, grabados, estampas y litografías, conjuntos y montajes artísticos</p> <p>Manuscritos raros, libros, documentos y publicaciones antiguas</p> <p>Sellos Archivos fonográficos, fotográficos y cinematográficos Objetos de mobiliario e instrumentos de música antiguos</p>	
1969	Convención Europea acerca de la protección de la herencia arqueológica www.coe.int	Patrimonio cultural	Patrimonio arqueológico	Excavaciones Objetos arqueológicos Áreas de interés arqueológico Zonas de reserva	Interés histórico y documental
1954	Convención sobre la protección de los bienes culturales en caso de conflicto armado www.unesco.org	Bienes culturales	Bienes muebles e inmuebles	Monumentos Campos arqueológicos Grupos de construcciones Obras de arte Manuscritos	Historia, Antropología y Arte
			Centros monumentales		

Instrumentos internacionales para la protección del patrimonio cultural material

Cartas, documentos y normas

Fecha	Instrumento	Denominaciones	Definiciones/Se considera	Ámbito de aplicación	Características
2000	Carta de Cracovia www.icomos.org	Patrimonio cultural Valores materiales e intangibles	Bienes muebles Bienes inmuebles	Patrimonio arqueológico Creación arquitectónica Territorio, medio ambiente y paisaje Conjuntos Edificios históricos	Autenticidad Diversidad
1994	Documento Nara de Autenticidad www.icomos.org	Patrimonio cultural	Expresión tangible e intangible Autenticidad	Monumentos Sitios Edificios	Diversidad cultural y herencia Expresión de cada cultura Identidad cultural
1999	Carta Internacional de Turismo Cultural www.icomos.org	Patrimonio cultural (Material e inmaterial) Bienes patrimoniales	Paisajes, sitios históricos, entornos, biodiversidad, tradiciones pasadas y presentes Patrimonio recurso material y espiritual	Territorio Arquitectura Actividad económica Factor de desarrollo	Valor universal, nacional, regional y local Motivación Intercambio cultural Valor intangible
1987	Normas de Quito www.icomos.org	Patrimonio monumental y artístico Figuras patrimoniales Bienes de patrimonio cultural Bienes patrimoniales Monumentos Nacionales Bienes culturales	Recursos Monumentos y lugares que tengan interés arquitectónico histórico y artístico con beneficio económico- Equipamiento turístico	Creación arquitectónica Contexto Urbano Monumento	Bienes de patrimonio cultural que representan un valor económico y son susceptibles de erigirse en instrumento de progreso Poner en valor: equivarle a habitar el patrimonio cultural sin desvirtuar su naturaleza, y permitir su óptimo aprovechamiento Turismo Planes que involucren los complejos históricos
1964	Carta de Venecia www.icomos.org	Patrimonio cultural (Material e inmaterial) Representación de los valores humanos cuyo testimonio se encuentra presente en las obras monumentales Significado que le aportan los pueblos Bienes culturales	Monumentos Obra de arte Testimonio histórico	Creación arquitectónica aislada Sito urbano o rural Conjuntos históricos	Respeto a la cultura y las tradiciones Función útil a la sociedad Evolución según usos y costumbres Comprensión del monumento sin desnaturalizar su significado
1931	Carta de Atenas www.icomos.org	Patrimonio cultural Monumentos de interés histórico, artístico o científico Obras maestras	Patrimonio artístico y arqueológico Obra escultórica y su contexto	Obra artística y escultórica Entorno inmediato Escultura monumental	Respeto por la originalidad de la obra Protección Interés de la colectividad

Instrumentos internacionales para la protección del patrimonio cultural inmaterial

Convenciones, declaraciones, proclamaciones y recomendaciones

Fecha	Instrumento	Denominaciones	Definición	Se considera	Ámbito de aplicación
2003	Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial	Patrimonio cultural inmaterial	Usos Representaciones Expresiones Conocimientos Técnicas	Objetos Artefactos Espacios culturales	Tradiciones y expresiones orales Artes del espectáculo Usos sociales rituales y actos festivos Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo Técnicas artesanales tradicionales
2001	Declaración universal sobre la diversidad cultural		Fuente de intercambio, innovación y creatividad		
2001	Primera proclamación de obras maestras del patrimonio oral e inmaterial de la humanidad UNESCO	Patrimonio inmaterial	Conjunto de expresiones culturales y sociales que heredadas de sus tradiciones caracterizan a las comunidades Diversidad cultural Técnicas artesanales	Técnicas artesanales Formas de comunicación y de expresión Técnicas constructivas arquitectónicas	Lengua Danzas Música Fiestas
1989	Recomendación sobre la salvaguardia de la cultura tradicional y popular	Cultura tradicional y popular	El conjunto de creaciones que emanan de una comunidad cultural fundadas en la tradición, expresadas por un grupo o por individuos que reconocidamente responden a las expectativas de la comunidad en cuanto a la expresión de su identidad cultural y social	Las tradiciones vinculadas a lo cultural Tradición popular	Lengua Literatura Juegos Mitología Ritos Costumbres Artesanía Arquitectura

Anexo 2

Instrumentos normativos que regulan el patrimonio cultural en los países miembros del Convenio Andrés Bello

Uso de las denominaciones en los países por décadas

PAÍS		BOLIVIA								
DÉCADAS	1950-1959	1960-1969	1970-1979	1980-1989	1990-1999					
Patrimonio	1958	Resolución del Ministerio de Educación y Bellas Artes de 6 de enero Tesoro cultural de la nación: riqueza arqueológica	1961	Decreto Supremo 05918 de 6/11 Tesoro cultural de la nación: monumento, museo obra pieza con valor artístico, histórico y arqueológico	1977	Decreto Supremo 12626 de 19/06 Patrimonio cultural de la nación: expresiones folclóricas, danzas, literatura, arte, festivales patrimonio etnográfico, música y danzas folclóricas, literatura, folclórica y arte popular	1988	Decreto 21951 de 23/05 Parte inalienable del patrimonio cultural: materiales y recursos etnológicos, etnográficos, folclóricos, artesanías y textiles de arte popular producidos antes de 1950	1995	Constitución Política del Estado Tesoro cultural de la Nación: riqueza artística colonial, arqueológica, histórica y documental; así como la procedente del culto religioso, están bajo el amparo del Estado y no pueden ser exportados
					1978	Decreto Ley 15900 de 19/10 Tesoro cultural del país: bienes inmuebles susceptibles de expropiación			1995	Decreto Supremo 23966 de 23/02 Patrimonio cultural, artístico, tradicional y folclórico: entrada tradicional del carnaval de Oruro
Bien cultural							1988	Decreto 21951 de 23/05 Bienes etnológicos, etnográficos, folclóricos, artesanías, arte popular y textiles de los museos: propiedad inalienable	1995	Constitución Política del Estado Bienes del patrimonio de la nación: propiedad pública
Monumento			1961	Decreto Supremo 05918 de 6/11 Tesoro cultural: monumentos y obras de arte, piezas históricas y arqueológicas; manifestaciones del espíritu, realizadas por medio de las artes plásticas					1995	Constitución Política del Estado Monumentos y objetos arqueológicos son propiedad del Estado

PAIS		CHILE									
DECADAS		1950-1959		1960-1969		1970-1979		1980-1989		1990-1999	
Patrimonio				1969	Ley 17236 de 12/11 Patrimonio artístico nacional: enriquecimiento con la presencia de objetos y obras que no sean de producción masiva	1979	Decreto 23 de 18/9 Cueca danza nacional: valores musicales y coreográficos	1980	Constitución Política: Decreto 1150 de 21/10 Patrimonio cultural de la Nación: protección e incremento mediante la investigación científica y tecnológica, la creación artística	1993	Ley 19253 del 28/09 Patrimonio arquitectónico, arqueológico, cultural o histórico indígena: protección, fomento y desarrollo
Ben cultural										1993	Ley 19253 de 28/09 Bienes culturales del país y patrimonio histórico indígena: protección en la venta, exportación, salida del territorio para exhibición, excavaciones y la sustitución de topónimos indígenas
Monumento						1970	Ley 17288 de 27/1 Monumentos nacionales: carácter histórico o artístico, antropo- arqueológico, paleontológico o formación natural, en el territorio o en la plataforma submarina. Conservación interesada a la historia, al arte o a la ciencia. Monumentos históricos: calidad e interés histórico o artístico, o antigüedad, monumentos arqueológicos: propiedad del Estado				

PAIS		COLOMBIA									
DÉCADAS	1950-1959	1960-1969	1970-1979	1980-1989	1990-1999						
Patrimonio	1959	Ley 163 de 30/12 Patrimonio histórico y artístico nacional: monumentos, tumbas prehispánicas y obras de la naturaleza o de la actividad humana. Interés para estudio de civilizaciones y culturas pasadas, historia, arte, o investigaciones paleontológicas conservados en el suelo o en el subsuelo.	1963	Decreto 264 de 12/02 Patrimonio histórico artístico y científico de la Nación: monumentos y objetos arqueológicos. Interés para estudiar civilizaciones y culturas pasadas para la historia del arte y para el estudio científico y conservación de las bellezas naturales		1991	Constitución Política de Colombia Patrimonio cultural de la Nación: protección del Estado. Patrimonio arqueológico: inalienable, inembargable e imprescriptible				
						1997	Ley 397 de 07/08 Patrimonio Cultural de la Nación: bienes y valores culturales de la nacionalidad (tradicción, costumbres y hábitos), bienes materiales e inmateriales, inmuebles y muebles de interés y productos, manifestaciones y representaciones de la cultura popular				
Bien cultural						1991	Constitución Política de Colombia Bienes culturales parte de la identidad nacional, son inalienables, inembargables e imprescriptibles				
						1993	Ley 47 de 19/02 Bienes culturales: muebles e inmuebles con valor arqueológico, etnográfico, histórico, artístico, científico, sociológico o tecnológico declarados por autoridades del departamento de San Andrés, Providencia y Santa Catalina				
						1997	Ley 397 de 07/08 Bienes de interés cultural: antiguos monumentos nacionales, bienes arqueológicos y declarados por entidades territoriales				
Monumento	1959	Ley 163 de 30/12 Monumentos inmuebles y muebles: origen colonial y prehistórico, ligados con la Independencia e inicios de la República, obras de la naturaleza de interés científico, indispensables en el estudio de la flora y la geología									

PAÍS	CUBA					
DECADAS	1950-1959	1960-1969	1970-1979	1980-1989	1990-1999	
Patrimonio			1976	Constitución de la República de Cuba Patrimonio cultural y la riqueza artística e histórica de la nación: vela por la conservación	1983	Decreto 118 de 03/11 Patrimonio cultural de la Nación o museable: bienes muebles e inmuebles; utilidad pública e interés social; sujeto de protección y restricción
			1977	Ley 1 de 4/08 Patrimonio cultural de la Nación: bienes culturales		
Bien cultural			1977	Ley 1 del 4/08 Bienes culturales relevantes en relación con la arqueología, la prehistoria, la historia, la literatura, la educación, el arte, la ciencia y la cultura	1983	Decreto 118 de 03/11 Bienes muebles e inmuebles: expresión o testimonio de la creación humana, evolución de la naturaleza; relevancia en arqueología, prehistoria, historia, literatura, educación, arte, ciencia y cultura
					1983	Decreto 118 de 03/11 Bienes de interés artístico: artes plásticas y decorativas, aplicadas y del arte popular; objetos y documentos etnológico o folclóricos, manuscritos raros, incunables y otros libros, documentos y publicaciones
			1976	Constitución de la República de Cuba Monumentos nacionales: protección	1983	Decreto 118 de 03/11 Monumentos artísticos e históricos

PAIS		ECUADOR										
DECADAS		1950-1959		1960-1969		1970-1979		1980-1989		1990-1999		
Patrimonio				1961	Decreto 1382 de 25/10 Tesoros pertenecientes al patrimonio histórico nacional				1984	Decreto 2733 de 09/07 Patrimonio Cultural de la Nación utilidad pública con fines de expropiación de sus bienes inmuebles		
									1988	Decreto 3819 de 21/3 Tesoro perteneciente al patrimonio cultural: bosque petrificado		
										1998	Constitución Política de Ecuador Patrimonio natural y cultural del país tangible e intangible, riqueza artística, histórica, lingüística y arqueológica de la nación	
Bien cultural						1979	Decreto 3501 de 19/06 Bienes de patrimonio cultural: Monumentos arqueológicos muebles e inmuebles y de la Colonia, objetos relacionados con los próceres y pertenecientes al patrimonio etnográfico de artistas contemporáneos, obras de la naturaleza de interés científico, objeto y producción producto del patrimonio cultural				1992	Decreto 374 de 23/12 Bienes nacionales: dominio de la nación toda y plataformas o zócalos submarinos, continental e insular adyacentes a las costas ecuatorianas y las riquezas que se encuentran en aquellos, pertenecen al Estado
											1998	Constitución Política de Ecuador Bienes del Estado del patrimonio cultural serán inalienables, inembargables e imprescriptibles
Monumento						1979	Decreto 3501 de 19/06 Monumentos arqueológicos muebles e inmuebles: época prehispánica y colonial					

PAÍS		ESPAÑA									
DÉCADAS		1950-1959	1960-1969	1970-1979	1980-1989	1990-1999					
Patrimonio				1978	1985	1986					
				1978	1985	1986					
					1982						
Bien cultural					1985						
					1988						
					1985						
Monumento					1985						

DÉCADAS		1950-1959	1960-1969	1970-1979	1980-1989	1990-1999			
Patrimonio	1969		Decreto 364 de 26/11 Declaración de bienes de propiedad nacional tesoros del patrimonio subacuático	1970	Decreto 397 de 17/12 Normas modificatorias del decreto 364 del 26/11/69	1982	Ley 14 de 5/5 Custodia, conservación y administración del Patrimonio Histórico de la Nación	1994	Ley 29 de 19/12 Normas sobre archivos y objetos muebles del doctor Ricardo J. Alfaro
				1972	Constitución Política Patrimonio histórico de la nación constituido por sitios y objetos arqueológicos, los documentos y monumentos históricos u otros bienes muebles e inmuebles			1997	Decreto Ley 9 de 27/8 Régimen de incentivos para la restauración y puesta en valor del conjunto monumental histórico del Casco Antiguo de la Ciudad de Panamá
								1998	Decreto Ejecutivo 20 de 17/2 Reglamentación del decreto ley 9 de 27/8/97
Bien cultural	1969		Decreto 364 del 26/11 Declaración de bienes de propiedad nacional uso del término tesoro a los bienes del patrimonio subacuático	1970	Decreto 397 del 17/12 Normas modificatorias del decreto 364 del 26/11/69	1982	Ley 14 de 5/5 Custodia, conservación y administración del Patrimonio Histórico de la Nación lo integran bienes culturales	1993	Resolución del Instituto Nacional de Cultura 43 de 25/8 Reglamento relativo a la conservación, restauración, distribución y venta de réplicas de objetos históricos y arqueológicos
								1994	Ley 8 de 14/8 Disposiciones específicas de la ley de actividades turísticas. Incentivos a actividades en bienes del patrimonio histórico
								1994	Ley 29 de 19/12 Normas sobre archivos y objetos muebles del doctor Ricardo J. Alfaro Patrimonio histórico de la nación
								1995	Decreto Ejecutivo 73 de 6/4 Reglamentación de la Ley 8 de 14/8/94
								1998	Decreto Ley 4 de 10/2 Normas modificatorias de la ley 8 del 14/8/94
Monumento				1972	Constitución Política Pertenecen al Estado los monumentos históricos	1982	Ley 14 de 5/5 Custodia, conservación y administración del Patrimonio Histórico de la Nación Monumentos históricos o nacionales son parte del patrimonio histórico	1996	Ley 37 de 22/5 Normas sobre monumentos históricos y conjuntos monumentales históricos

País		PERU											
DÉCADAS	1950-1959	1960-1969	1970-1979	1980-1989	1990-1999								
Patrimonio			1972	Decreto Ley 19414 de 16/05 Patrimonio documental: utilidad pública, defensa, protección, conservación e incremento y por su procedencia e interés constituye patrimonio nacional	1983	Ley 23765 de 30/12 Cuzco ciudad declarada como patrimonio cultural de la nación y capital turística del Perú	1993	Constitución Política del Perú. Patrimonio cultural de la Nación: de propiedad privada o pública, integrado por bienes culturales					
			1970	Decreto Supremo 073 - 70 - VC de 15/12 Patrimonio arquitectónico	1985	Ley 24047 de 03/01 Patrimonio Cultural de la Nación: bienes culturales	1993	Decreto Legislativo 776 de 30/12 Patrimonio arqueológico y reserva arqueológica inmaterial					
						1985	Ley 24047 de 03/01 Patrimonio cultural bibliográfico y documental	1997	Resolución Directiva Nacional 175/INC de 20/05 Patrimonio inmaterial, espectáculos públicos culturales y del folclor nacional				
Bien cultural						1985	Ley 24047 de 03/01 Bienes culturales: testimonio de creación humana, material o inmaterial, expresamente declarados como tales por su importancia artística, científica, histórica o técnica y creaciones de la naturaleza	1985	Ley 24193 de 19/06 Bienes, propiedad del Estado: inmuebles de carácter pre - hispánicos, arqueológico, descubiertos o por descubrir, son imprescriptibles e inalienables				
						1985	Decreto Supremo 16-85-ED de 22/02 Bienes muebles e inmuebles, intangibles, imprescriptibles e inalienables de época prehispánica y pertenecientes al Patrimonio Cultural de la Nación	1990	Decreto Legislativo 613 de 09/07 Recurso natural cultural: obra arqueológica o histórica que al estar integrada al medio ambiente permite su aprovechamiento racional y sostenido				
						1985	Ley 24193 de 19/06 Bienes culturales: inmuebles, acumulaciones de residuos provenientes de la vida y actividad humanas, sean urbanos o rurales, bienes de diversa antigüedad y destino con valor arqueológico, técnico, artístico, científico o histórico	1994	Ley 26282 del 10/01 Bienes culturales: muebles: restos paleontológicos, objetos, documentos, libros, etc.				
						1985	Ley 24193 de 19/06 Bienes de propiedad del Estado: inmuebles prehispánicos de carácter arqueológico, son imprescriptibles e inalienables						

PAÍS		VENEZUELA									
DECADAS		1950-1959		1960-1969		1970-1979		1980-1989		1990-1999	
Patrimonio										1993	Ley de 03-09 Patrimonio Cultural de la República: obras, conjuntos y lugares creados por el hombre y origen natural son de utilidad pública e interés social y parte de la identidad nacional
										1993	Ley de 03-09 Patrimonio Cultural: constituido por los bienes de interés cultural
										1993	Ley de 03-09 Patrimonio paleontológico y arqueológico: propiedad del Estado
										1995	Ley de 20-12 Estímulo y fomento de artes, teatro, música, danza, cine y demás manifestaciones de la cultura, conservación y promoción del folclore, el lenguaje, la literatura, y en general el patrimonio cultural
Bien cultural						1975	Ley de 29-06 Bienes y servicios culturales: garantía del disfrute y creación por el Estado			1993	Ley de 03-09 Bienes de interés cultural: mueble e inmueble de cualquier época con valor histórico, artístico, social, arqueológico no declarados aún monumento nacional, bienes muebles de valor histórico o artístico en museos, de cualquier época con valor histórico o artístico; poblaciones o sitios que por sus valores típicos tradicionales, naturales, históricos ambientales artísticos, arquitectónicos o arqueológicos, los centros históricos de pueblos y ciudades con significación para la memoria urbana
Monumento		1961	Constitución Política de Venezuela Monumentos de valor histórico o artístico								

Tendencias en el uso de denominaciones durante la segunda mitad del siglo XX

DÉCADAS		1950 - 1959								
PAÍSES	BOLIVIA	CHILE	COLOMBIA	CUBA	ECUADOR	ESPAÑA	PANAMÁ	PERÚ	VENEZUELA	
Patrimonio	1958	Resolución de 6/01 Tesoro cultural		1959	Ley 163 Patrimonio histórico y artístico					
Bien cultural										
Monumento	1961	Decreto 05918 Parte del tesoro cultural		1959	Ley 163 Parte del patrimonio					

País	1900-1950	1950-1980	1980-1990	1990-2000	2000-2010	2010-2020	2020-2030
Patrimonio	Decreto 05818 1901 Tesoro cultural Perú	Ley 17236 1969 Creación del Instituto Venezolano de Investigaciones Linguísticas y Lingüísticas Científicas	Decreto 284 1987 Histórico y Artístico	Ley 1382 1989 Tesoros del patrimonio histórico nacional	Decreto 364 de 26/11 1992 Bienes de propiedad cultural del patrimonio cultural inmaterial		
Bien cultural					Decreto 364 de 26/11 1992 Tesoro a los bienes del patrimonio cultural inmaterial		
Monumento			Decreto 264 1983 Histórico y Artístico				Constitución Política

País	BOLIVIA	CHILE	COLOMBIA	CUBA	ECUADOR	FRANCIA	PERÚ	ARGENTINA	URUGUAY
Patrimonio	Decreto 12626 Expresiones folclóricas, festivales, danzas, literatura, arte 1977		Decreto 264 Historia y arte 1963	Constitución de la República Reserva artística 1976	Decreto 3501 de 19/06 Ley de patrimonio cultural 1979	Constitución Política Patrimonio cultural, artístico y monumental español 1978	Decreto 287 del 17/12 Bases del patrimonio 1970	Decreto Supremo 073-70-VC Arqueológico 1970	Ley orgánica del Consejo Nacional de Cultura 1975
	Decreto Ley 15800 Patrimonio cultural 1978			Ley 1 Reserva arqueológica, histórica 1977		Leyes constitucionales de patrimonio cultural, artístico, monumental, arqueológico y científico 1978	Constitución Política Patrimonio histórico de la Nación, arte y ciencia arqueológica, documental e histórica y otros valores 1972	Decreto Ley 19414 Documental 1978	
Bien cultural				Constitución de la República Riqueza artística 1976	Decreto 3501 de 19/06 Ley de patrimonio cultural bienes 1979				
Monumento		Ley 17288 Ley de monumentos nacionales históricos, públicos, arqueológicos 1970	Decreto 264 Parte del patrimonio 1963	Ley 2 1977	Decreto 3501 de 19/06 Ley de patrimonio cultural arqueológico, perteneciente época prehispanica y colonial 1979		Constitución Política Los monumentos históricos son propiedad del Estado 1972	Decreto Supremo 073-70-VC Parte del patrimonio 1970	
		Decreto 23 Cuzco, otras 1979					Ley 91 de 22/12 Reservación de los monumentos culturales 1978		

País	BOLIVIA	CHILE	COLOMBIA	Cuba	ECUADOR	ESPAÑA	México	PERÚ	VENEZUELA
Patrimonio	Decreto 2180 Museos y monumentos etnográficos 1988	Decreto ley 3454 Patrimonio nacional 1980		Decreto 118 1983	Decreto del Comandante 1982	1985 Ley 17 Registro del patrimonio cultural	Ley 14 de 1975 Patrimonio Historico de la Nación	Ley 19807 Parte del patrimonio 1980	
				Ley 827 1987 Contiene los bienes	Decreto 1007 Reglamento de patrimonio 1984			Decreto Supremo 16.85 ED Parte del patrimonio 1985	
					Ley 181 Programas y especifica 1984	Ley 18 Ley de patrimonio historico español 1985		Ley 24193 Muebles e muebles e arqueológicos, parte del patrimonio 1985	
					Decreto 3818 Tesoro del patrimonio cultural bosque petricado 1985	Ley 33 Reglamento de las Inmuebles Locales Excepciones de bienes del patrimonio 1986			
Bienes culturales				Decreto 118 Bienes muebles e inmuebles, parte del patrimonio 1983	Decreto 2733 Pertenece al patrimonio cultural 1984	Ley 18 Ley de patrimonio historico español bienes parte del patrimonio 1985	Ley 14 de 5/5 Bienes integra el Patrimonio Historico de la Nación 1982	Ley 24047 1980	
								Decreto Supremo 18.80 ED 1985	
								Ley 24193 1985	
Monumento				Decreto 118 1983		Ley 16 Ley de patrimonio historico español Bienes pueden ser declarados como bien 1985	Ley 14 de 5/5 Monumentos historicos o nacionales son parte del patrimonio historico 1982		
				Ley 82 1987					

DÉCADAS		1990 - 1999									
PAÍS	BOLIVIA	CHILE	COLOMBIA	CUBA	ECUADOR	ESPAÑA	PARAGUAY	PERÚ	VENEZUELA		
	1995 Constitución Política	1990 Ley 18995 Donaciones fines culturales	1991 Constitución Política Reservas culturales / patrimonio cultural	1994 Decreto Ley 147	1998 Constitución Política Tangible e intangible, incluye bienes del Estado como parte del patrimonio	1991 Ley 19 Impuesto sobre el Patrimonio exenciones	1994 Ley 29 de 19/12 Archivos y objetos muebles	1990 Decreto Legislativo 613	Ley de 1993 Protección y defensa del patrimonio cultural		
	1995 Decreto Supremo 23966 Patrimonio folclórico	1993 Ley 19253 Patrimonio indígena material e inmaterial				1994 Ley 30 Exenciones a las donaciones de bienes del patrimonio	1997 Decreto Ley 9 de 27/8 Incentivos a la restauración y puesta en valor de monumentos históricos	1992 Decreto Supremo 008-92-JUS documental Decreto Ley 25790 Mueble			
Patrimonio			1997 Ley 397 Bienes y valores				1998 Decreto Ejecutivo 20 de 17/2 Reglamento Decreto Ley 9 de 1997	1993 Constitución Política	Ley orgánica Administración Central /1995 Patrimonio intangible: danza, folclor, manifestaciones culturales etc.		
		1993 Decreto 392 Patrimonio indígena				1998 Ley 40 Impuesto de la renta sobre las personas físicas y otras normas tributarias para deducciones		1993 Dec Legislativo 776 exención predial			
								1994 Ley 26282 arqueológico			
								1996 Ley 26576			
								1996 Ley 26590 parte del patrimonio			
	Constitución Política /1995 Bienes del patrimonio	Ley 19253 /1995 Patrimonio indígena material e inmaterial y bienes culturales nacionales	Constitución Política /1991 Riquezas culturales Bienes y valores		Decreto 374 /1992 Bienes nacionales	1991 Ley 19 Impuesto sobre el Patrimonio exenciones	1993 Resolución del Instituto Nacional de Cultura 43 de 26/3 Reproducción de bienes arqueológicos	1993 Constitución Política parte del patrimonio	Ley de 1993 Protección y defensa del patrimonio cultural íntegra al patrimonio		
Bien cultural					1995 Ley 107 Incentivos tributarios propiedades rehabilitadas	1994 Ley 30 Exenciones a las donaciones de bienes	1994 Ley 9 de 14/5 Incentivos a actividades en bienes del patrimonio histórico	1996 Ley 26590 Prehispanico			
			1997 Ley 397 Bienes y valores culturales del patrimonio y servicios culturales			1998 Ley 40 Impuesto de Renta sobre las Personas Físicas y otras normas tributarias deducciones	1994 Ley 29 de 19/12 Archivos y objetos muebles Patrimonio histórico de la nación	1997 Resolución Directiva Nacional 175 /RNC Patrimonio inmaterial Espectáculos Públicos culturales			
	1995 Constitución Política Monumentos son tesoro cultural	1993 Ley 19253 y Decreto 398 Protección del patrimonio arquitectónico, arqueológico, cultural e indígena	1997 Ley 397 Equipara con bienes de interés cultural					1996 Ley 37 de 22/8 Monumentos históricos y conjuntos monumentales históricos	Ley de 1993 Protección y defensa de patrimonio cultural declaratoria como Monumento Nacional		
Monumento							1997 Decreto Ley 9 de 27/8 Incentivos para la restauración y puesta en valor de monumentos históricos				

Anexo 3 Inventarios de las fiestas, festivales y ferias Bolivia, Colombia y Perú

País	Fuente de información			Fiestas		Clasificación			Protección	
	Entidad responsable	Página web	Fecha de consulta	Registradas	Reseñadas	Calendario	Carácter	Territorio	Obras Maestras/ Patrimonio cultural inmaterial de la Humanidad	Monumento nacional/ Bien de Interés Cultural
Bolivia	Ministerio de Desarrollo Económico Vice ministerio de Cultura	www.bolivia.com/empresas/cultura/index.asp	26/3/04		21					Carnaval de Oruro
Colombia	Ministerio de Cultura Sistema Nacional de Información Cultural (SINIC)	www.mincultura.gov.co	3/2/04	638						Carnaval de Barranquilla Ley 706 de 2002 Carnaval de Pasto Ley 706 de 2002 Carnaval de Pasto del Depto. de San Martín (Meta) Feria de las Flores y Sábalo de Santa Helena Feria de la Música Festival Nacional de Música Colombiana y Concurso Nacional de Duetos "Príncipes de la canción" y el Festival Folclórico Colombiano Ley 851 de 2003
	Organización de Estados Iberoamericanos (OEI)	www.oiea.es	3/2/04		50					Carnaval de Barranquilla
Perú	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Comandante en Promoción del Perú (PROMPERU)	www.peru.org.pe	19/2/04	3000	195					

Anexo 4

Cuestionario del Módulo cultural

En el marco del programa Economía y Cultura que adelanta el Convenio Andrés Bello, se pretende elaborar un documento de análisis en el cual se diseñe un marco conceptual sobre el patrimonio cultural con énfasis en el patrimonio inmaterial, que sirva como referencia para el diseño de un modelo de evaluación cuantitativo y cualitativo de las fiestas desde el punto de vista de su impacto económico y social.

En esta primera etapa se pretende construir conjuntamente una definición de patrimonio cultural que sea amplia y tenga una perspectiva regional, con énfasis en el patrimonio inmaterial, específicamente las fiestas, y establecer una tipología que permita agruparlas o clasificarlas.

Además de la revisión de los instrumentos normativos que regulan el patrimonio cultural de los países miembros del Convenio y de la bibliografía disponible, se considera indispensable contar con información facilitada directamente por aquellas personas responsables del manejo del patrimonio, así como por las que desde las universidades hayan desarrollado proyectos sobre las fiestas.

Para tal efecto, se incluye un cuestionario de carácter general y una vez se obtenga la información, se elaborará una propuesta de marco conceptual que recoja los aportes de los diferentes organismos y universidades de algunos de los países miembros del Convenio Andrés Bello.

1. Inventario de las fiestas

¿Existe un inventario oficial de las fiestas?

(Para efectos del presente estudio se tendrán en cuenta las fiestas populares o tradicionales (religiosas, carnavales, etc.), así como los eventos festivos (festivales, ferias, etc.)

SI _____ NO _____

¿Si la respuesta es afirmativa, que entidad lo elaboró y en qué año?

¿Se actualiza periódicamente?

SI _____ NO _____

¿Cuántas fiestas están registradas en el inventario? _____

¿El inventario está publicado?

SI _____ NO _____

Página Web _____

Catálogo _____

Otro _____

2. Clasificación de las fiestas

¿Existe una clasificación oficial de las fiestas de acuerdo con su carácter? (religioso, carnaval, festival, fiesta, etc.)

SI _____ NO _____

¿Si la respuesta es afirmativa, cuales categorías están establecidas para la clasificación?

¿Qué criterios se utilizan para la clasificación de las fiestas?

3. Protección legal de las fiestas

¿Cuál es el instrumento normativo vigente?

¿Se han realizado declaratorias como Monumento Nacional o como bien de interés cultural, etc. de algunas fiestas? SI _____ NO _____

¿Cuántas fiestas están protegidas actualmente por medio de una declaratoria?

¿Cuáles fiestas han sido proclamadas como obras maestras del patrimonio oral e inmaterial de la humanidad o inscritas en la lista representativa del patrimonio cultural inmaterial de la humanidad?

¿Cuáles fiestas están candidatizadas para ser inscritas en la lista del patrimonio mundial inmaterial de Unesco?

4. Manejo administrativo de las fiestas

¿Cuáles son los organismos encargados del manejo de las fiestas?

En el ámbito nacional _____

En el ámbito local _____

¿Existen organismos de gestión propios de las fiestas? SI _____ NO _____

¿Qué tipo de organismos son? _____

5. Enumere las 10 fiestas más significativas

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

6. _____

7. _____

8. _____

9. _____

10. _____

6. Enumere las 2 fiestas en donde se generan procesos sociales y económicos más importantes

1. _____

2. _____

Bolivia. Waca waca, de la
fiesta del Gran Poder.
Fotografía: Willy Kenning.



METODOLOGÍA DE VALORACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL DE LAS FIESTAS
EN LOS PAÍSES MIEMBROS DEL CONVENIO ANDRÉS BELLO

LUIS ALBERTO ZULETA
LINO JARAMILLO G

A. Introducción ¹

El objetivo central de esta parte del texto consiste en diseñar una metodología de evaluación del impacto económico y social de las fiestas, que tienen lugar en los países miembros del Convenio Andrés Bello, sobre la economía de cada uno de los países. Se espera que la metodología sea aplicable a fiestas tanto de trascendencia exclusivamente local, como a aquellas que expanden su influencia a niveles regional, nacional o internacional. Estas fiestas se consideran una parte esencial del patrimonio inmaterial cuya supervivencia y desarrollo es fundamental como parte de la cultura de los pueblos.

Un antecedente relacionado con este estudio está constituido por el documento *Impacto económico del patrimonio del Centro Histórico de Bogotá D.C.*, elaborado por los consultores para el Convenio Andrés Bello en el año 2003 y que contiene elementos metodológicos que serán de utilidad para este nuevo trabajo.

Valoración de las fiestas como patrimonio económico y social: Experiencia internacional

En este capítulo se analizan principalmente los vínculos entre diversidad cultural y globalización, exponiendo una serie de teorías al respecto. Las fiestas, patrimonio cultural que posee una amplia variedad de manifestaciones, están sometidas a todas las amenazas y oportunidades que depara la globalización. El turismo se convierte en el objeto o variable que canaliza todos los retos de la

globalización hacia la diversidad cultural y social que representan las fiestas.

Aunque las fiestas de trascendencia meramente local puedan en principio considerarse como aisladas de las influencias de la globalización, no dejan de ser permeadas por este proceso mundial, a través del impacto de los medios masivos de comunicación, la internet y el flujo de inmigrantes de las localidades hacia otras regiones y países, quienes suelen regresar precisamente a este tipo de celebraciones, trayendo consigo todo tipo de nuevas ideas, creencias y propuestas, además de, posiblemente, mayor poder adquisitivo. No es de subestimar, así mismo, la influencia que sobre las celebraciones locales ejercen las empresas comerciales, las cuales pueden aportar sus ideas para realzar comercialmente la celebración, aunque ésta sea de impacto únicamente local.

En el capítulo se realiza, además, una descripción de las principales metodologías de valoración y de impacto económico del patrimonio intangible, como las fiestas. Entre las primeras se mencionan aquellas que se apoyan en los precios del mercado de los bienes culturales, cuando ellos existen, las que utilizan precios de otros mercados relacionados con los bienes culturales y las que se apoyan en mercados hipotéticos. Las principales metodologías de impacto económico son las que se apoyan en encuestas y las que están basadas en cifras de cuentas nacionales, regionales o locales. Se hace énfasis en las metodologías de impacto económico relacionadas con el turismo, las cuales también se pueden aplicar al caso de las fiestas en que no existen visitantes.

¹ Los consultores agradecen los comentarios a la versión preliminar de Silvia Amaya, Omar López, Olga Pizano, Pedro Quejazu y Germán Rey.

1.1 Fundamento económico de las fiestas

Una rápida mirada a la red internet revela la existencia de miles de fiestas, festivales, carnavales, y similares, celebrados en una infinidad de ciudades y poblaciones a lo largo y ancho del planeta, con los más variados motivos y manifestaciones. En este trabajo todos estos eventos se denominan «fiestas».

Esta evidencia muestra así mismo la importancia de dichas celebraciones para los habitantes de las poblaciones, pudiéndose afirmar que las mismas configuran una necesidad imperiosa para una proporción importante de la población mundial, lo cual se traduce en un derecho que en este caso se refiere a un derecho cultural.

Una característica básica de las diversas manifestaciones culturales locales, como las fiestas, es su diversidad. Esta diversidad, y sus expresiones, son consideradas actualmente un patrimonio o activo cultural de naciones, regiones y localidades, en contraposición a las ideas e ideologías políticas, de necesaria homogeneidad cultural que, para su preservación y progreso, debería identificar la cultura de una nación. Estas ideas e ideologías predominaban en muchos países del mundo en décadas pasadas y fueron el germen, precisamente, de muchos abusos e inequidades a lo largo de la historia (ejemplo: los regímenes fascistas). En la actualidad, como se explicará en la sección 1.2, existen otras poderosas fuentes de homogenización de la cultura con argumentos económicos que tienen que ver con las economías de escala y alcance.² las cuales explican el éxito y predominio de algunos conglomerados en las llamadas industrias culturales.

Hoy día, la diversidad cultural es considerada como un factor de desarrollo económico y social. Más concretamente, «la diversidad cultural amplía

las posibilidades de elección que se brindan a todos: es una de las fuentes del desarrollo, entendido no solamente en términos de crecimiento económico, sino también como medio de acceso a una existencia intelectual, afectiva, moral y espiritual satisfactoria».³

Como bien se afirma en la Declaración de Cochabamba, es necesario «resaltar la importancia creciente del sector cultural como factor de desarrollo sustentable y generador de empleo», lo cual difícilmente podría lograrse sin «el reconocimiento de la validez y legitimidad de patrones culturales múltiples», elemento que garantiza «la cohesión social, la democracia, la justicia social y la paz». En dicha Declaración se resalta, así mismo, «la vinculación estrecha entre el patrimonio cultural y el turismo cultural» como un factor autosustentable de primer orden de dicho desarrollo.⁴

¿Entre otras cosas, qué es la cultura? «La cultura debe ser considerada como el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias» (Declaración Universal de la Unesco sobre la Diversidad Cultural). La Unesco, por supuesto, no está confundiendo el concepto de sociedad con el de geográfico. La sociedad, o el grupo social a los que se refiere, pueden estar conformados por habitantes de diferentes regiones, localidades o países (musulmanes, latinoamericanos, chiitas, etc.)

De hecho, «la cultura adquiere formas diversas a través del tiempo y del espacio. Esta diversidad se manifiesta en la originalidad y la pluralidad de las identidades que caracterizan los grupos y las sociedades que componen la humanidad. Fuente de intercambios, de innovación y de creatividad, la di-

² El tamaño y la diversidad de productos relacionados generan costos menores.

⁴ VII Conferencia Iberoamericana de Cultura, Cochabamba, Bolivia, octubre de 2003

³ 31ª Conferencia General de la Unesco, París, 2001

versidad cultural es, para el género humano, tan necesaria como la diversidad biológica para los organismos vivos. En este sentido, constituye el patrimonio común de la humanidad y debe ser reconocida y consolidada (*como derecho*) en beneficio de las generaciones presentes y futuras" (Declaración Universal de la Unesco sobre la Diversidad Cultural, añadido en cursiva por los consultores).

Como se observa en los dos párrafos anteriores, la misma dificultad y vaguedad que existe al definir la cultura, hace difícil definir qué son los derechos culturales. Esta dificultad surge de las tensiones políticas e ideológicas que se derivan del ejercicio de los derechos culturales y de las dificultades para precisar dónde existen conflictos entre el interés general y el de los individuos, entre el regional y el local, entre el local o regional y el nacional, y así sucesivamente. Igualmente, existe un conflicto entre la universalidad de los derechos humanos y el relativismo de los derechos culturales.⁵

1.2 La globalización y la diversidad cultural

La globalización, vista como un proceso o tendencia hacia la integración, transmisión o difusión internacional de actividades económicas, comerciales y de inversión, está en la mira del debate actual sobre desarrollo económico pero también representa, desde el punto de vista de la cultura y la diversidad cultural, tanto una amenaza como una oportunidad.

Existen muchas interpretaciones o modelos acerca del significado o relación de la globalización con la cultura, desde las versiones que ven la globalización como un medio imperialista de dominación, hasta aquellas que afirman que la globalización es un carril de múltiples avenidas, en las cuales interactúan entre sí tanto las culturas de

los países más avanzados como las de éstos con las de los países en desarrollo, sin que tenga que resultar ineludiblemente una única cultura global, y abriendo oportunidades económicas de importancia para países en desarrollo en actividades como las fiestas, las cuales aprovechan el *turismo cultural* que, en la terminología económica, es relativamente intensivo en trabajo y capacidad organizativa. Las fiestas, así, conforman un elemento primordial para reforzar la identidad y la autoestima de la población local, regional o nacional y elevar los niveles de empleo e ingresos.

Por supuesto, también deben existir teorías que analizan la importancia económica de las fiestas como fenómeno independiente de la globalización, pues las fiestas siempre han existido en la historia de la humanidad, mientras que la globalización, que no es un fenómeno reciente, podría ubicarse en su real dimensión hacia mediados del siglo XIX, cuando se produjeron importantes reducciones en los costos de transporte, se construyó el Canal de Suez y se abrió el comercio con China y Japón. Lo cual generó cambios sustanciales en los salarios, las rentas, la distribución del ingreso y la estructura de la producción. Este proceso sufrió importantes baches después de la primera guerra mundial, para retomar su rumbo después de la segunda guerra y acelerarse en la década de los años 90.⁶ El análisis de la relación entre globalización y diversidad cultural es, simplemente, un reconocimiento de que los nuevos bríos de la globalización pueden estar afectando, de una u otra manera, las diversas formas en que se manifiesta el patrimonio cultural inmaterial.

Como de todas formas no se pueden desconocer los efectos de unas culturas sobre las otras, muchas veces perversos, y la necesidad que experimentan casi todos los países de aprovechar los instrumentos de la globalización para exportar su "producción cultural", los gobiernos diseñan una serie de

⁵ Hugo Achúgar, "Derechos culturales: ¿Una nueva frontera de las políticas públicas para la cultura?", en revista *Pensar Iberoamericano*, no.4, junio - septiembre de 2003

⁶ Kevin H O'Rourke; Jeffrey G. Williamson,—"When Did Globalization Begin?" NBER, Working Paper No.W7632 <http://papers.nber.org/papers/w7632>, 2000.

instrumentos para fomentar y proteger a las culturas locales, resistir los efectos nocivos de la globalización y promover, a su vez, algunas expresiones culturales locales en el escenario internacional.

Diana Crane (2002) identifica cuatro enfoques teóricos que pueden ser utilizados para entender las relaciones entre la diversidad cultural y la globalización, dando lugar estas relaciones a lo que se conoce como *globalización cultural*, es decir, la transmisión o difusión a través de los límites nacionales de conocimientos, ideologías, expresiones artísticas, medios de comunicación y estilos de vida.” (Cuadro 7)

Primer modelo: influencia del centro sobre la periferia

El primer modelo, conocido como *teoría del imperialismo cultural*, enfatiza el hecho de que la cultura es utilizada como un medio de penetración y dominación por las más poderosas naciones, a tra-

vés de los gobiernos y las empresas multinacionales y transnacionales. Esta teoría ha sido reconceptualizada como una de imperialismo de los medios de expresión y entretenimiento cultural de las grandes corporaciones y conglomerados. La pregunta relevante, para el tema aquí analizado, es si la dominación de los medios de expresión cultural por parte de los grandes conglomerados y multinacionales occidentales (apoyados por los gobiernos respectivos) está conduciendo a una reducción de la diversidad cultural de la cultura global como, por ejemplo, para el caso de las fiestas.

Esta teoría imperialista enfatiza sus críticas al consumismo y a la influencia negativa de los medios masivos de comunicación y las industrias multinacionales del entretenimiento, afirmando que la globalización cultural es apenas un instrumento de dominación económica y política o, al menos, esos son sus resultados. Las compañías o corporaciones multinacionales o transnacionales son consideradas actores claves, produciendo bienes, controlando

Cuadro 7
Modelos de globalización cultural

Modelo	Procesos de transmisión de la cultura	Principales actores, sitios	Posibles consecuencias
Imperialismo cultural o imperialismo de los medios	Centro-perifera	Conglomerados de medios globales	Homogenización de la cultura
Flujos culturales/Redes	Flujos de dos vías	Corporaciones y conglomerados nacionales y regionales	Hibridación de la cultura
Teoría de recepción	Centro-perifera: Multidireccional	Audiencias, públicos, empresarios culturales	Negociación, resistencia
Estrategias de política cultural (preservación, resistencia, globalización, reestructuración, etc)	Estructuración de culturas nacionales	Ciudades globales, museos, lugares de la herencia cultural, memoria cultural, medios, ministros de cultura y comercio.	Competencia, negociación

Crane, Diana (University of Pennsylvania). "Cultural Globalization from the Perspective of the Sociology of Culture." Proceedings of the International Symposium of Culture Statistic, October 2002, pp 23-40

7 Diana Crane, "Cultural Globalization from the Perspective of the Sociology of Culture", en *Proceedings of the International Symposium of Culture Statistic*.

University of Pennsylvania, octubre de 2002, págs 23-40.

mercados y sistemas de distribución e implantando técnicas estandarizadas que faciliten este proceso.

Este modelo juega con el concepto de una cultura masiva relativamente homogénea la cual es aceptada pasivamente y sin crítica por las audiencias masivas. Este es un modelo que hace énfasis en la dominación económica y política, en el cual se advierten efectos conducentes a la homogenización de la cultura global. La globalización supone una hegemonía o una dominación económica, así como cultural, que atenta contra la diversidad cultural y contra una verdadera universalización de la cultura.⁸

Desde el punto de vista económico, el mercado de los medios masivos de comunicación y entretenimiento es un mercado oligopolístico (en el cual unos pocos agentes tienen una fuerte influencia sobre el mercado), con altos costos de producción y, sobre todo de distribución, pero con la posibilidad de realizar enormes economías de escala y alcance,⁹ las cuales hacen muy difícil para otras empresas penetrar y tener éxito en estos mercados. Una película puede ser exhibida en cines o en televisión por cable, puede ser vendida en la forma de un DVD, y de su producción resultan subproductos como un libro o un cómic, además de vender afiches, discos y *souvenirs* sobre el tema. La historia se repite en la producción de programas de televisión, en la industria del disco, en la de diarios y revistas, entre otras. La tecnología ha trasladado las ventajas de estos conglomerados de las actividades de producción a las de distribución, con economías de escala y, sobre todo de alcance, difíciles de imitar.

Este modelo exagera el comportamiento y las intenciones de los países avanzados, particularmente de los Estados Unidos, implicando un grado de control político de los países desarrollados que no existe en la actualidad. El modelo es más útil en lo que se refiere al análisis de la influencia de los medios de comunicación y conglomerados de entretenimien-

to (denominados frecuentemente «majors»), pues permite analizar el grado en que unos actores ejercen poderosas influencias sobre culturas regionales y locales, moldeando valores culturales, identidades y percepciones, dentro de la lógica de los sistemas capitalistas de mercado y no como instrumentos explícitos de dominación.

En cuanto a las fiestas, el modelo pronosticaría que las mismas se terminarían realizando como productos que tienen mayor o menor acogida en el mercado nacional e internacional y serían productos que, en medio de una diversidad aparente, terminan ofreciendo entretenimiento estandarizado, impuesto culturalmente desde el exterior, a una cada vez mayor clientela turística. Lo importante no sería ofrecer un escenario a las expresiones locales, ni una ocasión para fortalecer las identidades y los vínculos sociales, en una celebración que puede llegar a ser multitudinaria, sino lo contrario: la fiesta debe modificarse, de acuerdo a estándares internacionales (como en el caso de los cantantes pop), para garantizar el éxito económico que genere ingresos, empleo, divisas e impuestos.

Segundo modelo: flujos culturales en doble dirección dentro de un modelo de redes

El segundo modelo, el *modelo de red*, se refiere a que la cultura global se mueve tanto de los países desarrollados a los países en desarrollo, como de estos últimos hacia los primeros, resultando en una diversificación de dicha cultura y en un carácter híbrido de las culturas locales, regionales y nacionales y, aun, de aquellas que trascienden los ámbitos meramente geográficos. Dichas culturas persisten por la presencia de patrones culturales comunes, como la religión, el idioma, la conservación de tradiciones orales, escritas, musicales, costumbres sociales, etc. La globalización se traduce en una red de vasos comunicantes que transfiere rasgos culturales de unas culturas a otras, sin que necesariamente ninguna

⁸ Octavio Getino, "Las industrias culturales: entre el proteccionismo y la autosuficiencia", en revista *Pensar Iberoamericano*, no. 4, junio-septiembre de 2003.

⁹ Existen economías de alcance cuando es más barata la producción de varios artículos relacionados por una sola empresa, que cuando cada artículo es producido por una empresa diferente.

tenga porqué desaparecer. No se niegan las influencias que se derivan de la globalización en el ámbito cultural. Parece un enfoque de oferta, pues se trata de la producción e interrelación de expresiones culturales entre países, regiones y localidades.

En este modelo, las influencias de unas expresiones culturales sobre otras son la resultante esperada y la globalización cultural no posee centros o periferias claramente definidos. Es una agregación de flujos culturales o redes, con un proceso menos coherente y unitario que el que se infiere de la teoría del imperialismo. El principal resultado de la globalización cultural, para este modelo, es la hibridación cultural.

En el modelo de redes, las regiones y localidades conforman núcleos que son el soporte para un modelo de red de la globalización cultural, pero que a su vez poseen conexiones internas más fuertes que con la red global, permitiendo su supervivencia pero sin desvincularse de esta última, de tal forma que la globalización, en este contexto, se traduce en un incremento de modalidades disponibles de organización: transnacionales, internacionales, macro-regionales, nacionales, micro-regionales, municipales y locales. El desarrollo de las culturas locales o regionales, al interior de la cultura global, es un contrapeso al fuerte impacto de la cultura occidental promovida por los países más desarrollados. Un ejemplo que se ofrece en apoyo de este punto es el auge de la televisión latinoamericana, como exportadora de telenovelas y otros programas de entretenimiento, con su mercado propio local y regional. Un fenómeno similar se presenta con el rock en español y cierto cine latinoamericano.

Es claro, de este modelo, que las fiestas locales no necesariamente tenderían a desaparecer o a estandarizarse como consecuencia del intercambio cultural entre ciudades, regiones y países. Se prevé que estas celebraciones contienen elementos culturales y sociales fuertemente arraigados en la población, los cuales, sin embargo, pueden modificarse bajo la influencia externa, en maneras que no siempre significan un detrimento a la identidad o la cohesión social; en ocasiones, la fiesta puede, inclusive, enriquecerse en cuanto a estos valores. No hay

un sino fatal para esta teoría: cada fiesta es una historia diferente.

Tercer modelo: influencia multidireccional entre centro y periferia

El tercer modelo, que se menciona como la *teoría de la recepción*, afirma que las audiencias en todos los países responden más bien activa que pasivamente a la cultura que fluye por los medios y expresiones masivas en países desarrollados y en desarrollo y dichas respuestas condicionan o afectan las actitudes de los consumidores en relación a tipos particulares de productos. El impacto de la cultura global puede ser reducido de este modo, es decir, el público es crítico y no necesariamente acepta o asimila todas las manifestaciones culturales a las que enfrenta. Además, las mismas respuestas de las audiencias no son homogéneas en todos los países o regiones. Podría considerarse como un modelo de demanda, en contraposición al anterior.

El modelo de la recepción no ve la globalización cultural como una amenaza a las identidades nacionales o locales. La tendencia predominante es el multiculturalismo y no la dominación imperialista de unas culturas sobre otras. Como en el anterior modelo, las fiestas se enriquecerían con el intercambio cultural y social y serían, como deben ser, organismos vivos que evolucionan con el tiempo y se adaptan, posiblemente, a los cambios del entorno.

Los críticos de este modelo afirman que la respuesta de las audiencias tiene poco impacto sobre los conglomerados de medios globales y sobre la política cultural. Los conglomerados tratan a las audiencias como consumidores indiferenciados de sus productos más bien que como ciudadanos con derechos y preferencias diferentes.

Cuarto modelo: estructuración de políticas culturales

El cuarto modelo que plantea Crane sería el que surge de la acción estatal e internacional multilateral, es decir, el conformado por las *estrategias y políticas culturales* de gobiernos (nacionales y locales) e instituciones públicas internacionales (tipo Unesco)

para facilitar tanto la globalización de la cultura como también la preservación y protección de las culturas locales tradicionales.

Las políticas para la distribución internacional de los productos culturales involucran procesos de negociación y competencia entre las naciones, pues es claro, como se mencionó anteriormente, que los gobiernos no buscan únicamente proteger y fomentar sus propias culturas sino también evitar que desaparezcan o se distorsionen por causa de las influencias foráneas, al tiempo que pretenden apoyar la exportación de sus culturas locales. Podría denominarse este modelo como uno que incluye las estrategias nacionales y locales respecto a la globalización de la cultura.

Naturalmente, los países difieren en sus énfasis respecto a protección o a exportación de sus expresiones culturales locales o nacionales. En este modelo, la globalización cultural es vista como un proceso desordenado, cargado de tensión, competencia y conflicto. Entre otras cosas, la capacidad de los gobiernos para controlar la diseminación de expresiones culturales foráneas dentro de sus territorios se ha visto grandemente disminuida por los desarrollos tecnológicos, tales como la red internet, la televisión por cable, el abaratamiento de la copia fraudulenta de discos, libros, películas, entre otros productos culturales. También dificultan estos objetivos de protección las corrientes de política internacional que favorecen la desregulación de los mercados y la privatización. Aún así, se expresa que es responsabilidad de los Estados investigar y diseñar instrumentos que contrarresten estos desarrollos tecnológicos o, mejor aún, que los aprovechen para el fomento y protección de las culturas regionales y locales, aspecto que se analiza en mayor detalle en otro capítulo de este estudio.

Parte fundamental de este modelo debe ser, por supuesto, lo mencionado en la sección 1.1, en el

sentido de que la acción estatal debe partir de la comprensión del papel que juega el patrimonio intangible, y las fiestas en particular, en el desarrollo económico y social. Las fiestas deben dejar de ser analizadas simplemente como eventos folclóricos o populares dignos de mención y aplauso por parte de la ciudadanía y el Estado, para ser tomadas como un elemento de generación de empleo, ingresos, divisas, impuestos y, por supuesto, como un factor esencial de cohesión social a través de procesos de identificación que se generan y desarrollan en dichos eventos. Las fiestas son, además, expresiones de la cultura local, que manifiestan a través de ellas sus memorias y anhelos, cargados de sueños, angustias, frustraciones, alegrías, deseos y esperanzas. Es claro: las fiestas deben trascender su impacto económico si se quiere que dicho impacto sea perdurable.

Fuera del anterior esquema de análisis de la profesora Crane, algunos autores afirman que existen tendencias a nivel regional que contrarrestan o se contraponen al proceso globalizador. Entre estas tendencias sobresalen tanto el mismo deseo a poseer una mayor diversidad cultural como el fortalecimiento de las regiones y localidades en los procesos de descentralización económica y administrativa. Como dice Ramón Zallo, "por el impulso del deseo humano de gestionar lo cercano, su convivencia, su identidad y su bienestar" o, en otras palabras, "los territorios son los espacios de la identidad, generados por la historia y la cultura comunes y dando lugar a sentidos de identificación, pertenencia y diferencia". En resumen de Zallo, la globalización no es la única fuerza motriz de nuestro tiempo.¹⁰

Lo anterior quiere decir que muchas celebraciones festivas escapan a la posible influencia de lo global, permaneciendo en un ámbito meramente local o regional. En muchos de estos escenarios, las fiestas tienen un importante significado cultural y social pero no necesariamente un gran impacto eco-

10 Ramón Zallo, "Nuevas políticas para la diversidad: las culturas territoriales en riesgo por la globalización", en revista Pensar Iberoamericano, no 4, junio-septiembre de 2003.

nómico. Sobre este segmento de fiestas no se dispuso de una conceptualización económica que pudiese contraponerse a la de la profesora Crane, aunque no se puede desconocer la importancia de las fiestas que no trascienden más allá de lo local o regional pues, como dice Zallo, "... los territorios son los espacios de la identidad, generados por la historia y la cultura comunes y dando lugar a sentidos de identificación, pertenencia y diferencia", y de allí su enorme importancia, estén o no conectados con la globalidad: su valor cultural, social y político.

Aún en el campo político, el fortalecimiento de las localidades y regiones ha sido un proceso que data de los años ochenta y ha evolucionado de forma paralela a la globalización. No es claro si este proceso, como afirman algunos es en sí un producto de la globalización,¹¹ o como afirman otros, es una corriente con fuerza propia que deriva del proceso de urbanización y de la necesidad concomitante de encontrar respuestas más efectivas y eficientes a los enormes problemas que genera este último proceso.¹² No en balde, se afirma también que la búsqueda de una mayor democracia representativa, en las últimas décadas, es también un proceso paralelo de acercamiento más estrecho entre los ciudadanos y las autoridades que se cree son más idóneas para resolver sus problemas: las locales o regionales. La mayor eficiencia y eficacia deriva, justamente, de dicha proximidad (mayor posibilidad de control ciudadano sobre sus funcionarios locales o regionales).

1.3 Diversidad cultural, las fiestas y el turismo

Posiblemente existan pocas expresiones culturales con un mayor grado de diversidad como las fiestas (carnavales, festivales, etc.) locales o regionales. Como se mencionó en la introducción, es posible afirmar que en cada país existen más fiestas que

municipios, pues cada municipio realiza más de una, con simbologías diferentes en cada caso: religiosas, de cosecha, del diablo, del sol, de los astros, de una victoria, de un desastre, de un concurso, de aniversario, es decir, existen miles de motivos o significados que atañen a las fiestas.¹³

Esta diversidad de simbologías y de formas de expresión, es, precisamente, la mayor riqueza de las fiestas.

Inclusive, una fiesta de carácter local, también tiene sus características particulares que la hacen atractiva o importante para sus habitantes, tanto los que viven en la localidad como aquéllos que han emigrado a otras ciudades o países. Éstos últimos seguramente poseerán una mayor identificación con su localidad en la medida en que se sientan orgullosos de las fiestas que allí se desarrollan, es decir, que las mismas presenten rasgos distintivos frente a las demás, que sean dignas de admiración y que generen el deseo de disfrutarlas. La fiesta es, además, una oportunidad para renovar lazos familiares y sociales o para crear otros.

Una característica de las fiestas consiste en que su disfrute o consumo debe realizarse *in situ*, en la localidad donde se celebra. En la mayoría de los casos estos eventos se promueven activamente a nivel internacional y pueden estar sometidos a todas las ventajas y peligros que depara la globalización, siendo los más evidentes, entre los primeros, tanto un sentimiento de mayor orgullo, identificación y autoestima de los pobladores, como también los empleos e ingresos que se generan del turismo.

Por supuesto, el turismo representa posibilidades no siempre positivas, en el sentido de que si sólo se trata de maximizar los efectos económicos del turismo se puede llegar a desvirtuar o minimizar los sig-

11 En un contexto enteramente diferente, como es el de las finanzas públicas territoriales, existe la teoría de que la globalización ha fortalecido la posición de las localidades y regiones, lo que se ha traducido en que cada año, en todo el

mundo, estas jurisdicciones manejen una proporción cada vez mayor de los ingresos públicos totales, incluidos los de los gobiernos centrales. Esio va acompañado, en la mayoría de los casos, de un mayor control político por parte de los ciudadanos

Ver Shaid Yusuf, *Where the World is heading toward Globalization, Localization and the Pattern of Development*, World Bank, 2000.

12 Marcelo Balho, "Ciudad y Descentralización, la Gestión Urbana Descentralizada", en *La*

Ciudad Inclusiva, M. Balho, Ricardo Jordán y Daniela Simioni (compiladores), Cuadernos de la CEPAL 88, 2003.

13 Ver el Módulo Cultural para una clasificación y análisis detallados de los significados de las fiestas.

nificados o simbolismos que identifican las diferentes fiestas, estableciendo la homogeneidad y la estandarización de los eventos, además de su transformación bajo criterios estrictamente comerciales, en un patrimonio, como el inmaterial, que para ser considerado vivo debe ser factible de transformar y modificar.

Además, un turismo y unas celebraciones sin control pueden conllevar a destrozos de los bienes patrimoniales materiales, o las áreas públicas, o al incremento del estrés, o la inseguridad, en la población, tanto la que participa como la que no participa directamente en las celebraciones. Otros problemas creados por el turismo son los de exceso de basura, la contaminación, la congestión de vehículos y personas y el aumento a veces desmedido en los precios, con perjuicio, inclusive, de los mismos habitantes locales.¹⁴ ¹⁵

Los turistas pueden ser una mezcla de:

- Buscadores o exploradores que disfrutan de productos (eventos) originales o exóticos y
- Demandantes de cierto tipo de actividades comunes o servicios estándar u homogéneos, los cuales desean encontrar en cada sitio a donde acuden (al estilo de comida tipo McDonald).

Un turismo con una mayor proporción de viajeros con las características de búsqueda de uniformidad en los eventos seguramente contribuirá a desvirtuar y desfigurar los objetivos de la fiesta: la estandarización puede ser el fin de la misma. La fortaleza de la mayor parte de las fiestas alrededor del mundo reside en su originalidad, que despierta la curiosidad de los pobladores de otras partes del mundo o del país.¹⁶

Igualmente, la organización de una fiesta debe garantizar la mayor participación e identificación posible de los pobladores con la celebración, como una forma de asegurar los beneficios culturales, sociales y económicos de la misma, además de su permanencia en el tiempo.¹⁷ Una excesiva comercialización, en beneficio de unas cuantas empresas comerciales o de pobladores de otras localidades que acuden a buscar oportunidades de trabajo durante la fiesta, puede determinar la pérdida de apoyo de los pobladores locales.

1.4 La contribución de las fiestas al desarrollo y su medición

No se dispone de estudios que estimen el impacto económico de las fiestas en las economías locales, aunque existe a nivel internacional, principalmente en los países desarrollados, un amplio inventario de información estadística sobre la importancia económica del turismo en general, en parte generado por las fiestas y otro tipo de patrimonio intangible, aunque no frecuentemente identificada su contribución.

Un estudio de la OECD¹⁸ muestra que para 1995, los países miembros de esta organización¹⁹ obtuvieron ingresos del turismo por US\$271.4 billones (miles de millones) y gastaron en esta actividad US\$276.4 billones. Los ingresos representaron 0,9% del PIB conjunto de los países de la OECD y 1,5% del consumo agregado de sus hogares. Para algunos países los ingresos del turismo tuvieron en 1995 una importancia mucho mayor que lo que revelan estos promedios: México (2,2% del PIB), Nueva Zelanda (3,9%), Austria (6,3%), República Checa (6,3%), Grecia (3,6%), Hungría (3,0%), Portugal (4,4%) y España (4,5%) (Cuadro 8).

14 Según una noticia periodística (CNN en español), en 2003 las autoridades tuvieron que sacar tanques de guerra a las calles de Río de Janeiro, durante el carnaval, debido a los ataques sobre los turistas de bandas de delincuentes.

15 Bernard M. Feilden, "Conservation and Tourism", www.icomos.org

16 Juan Ignacio Macua de Aguirre, "Turismo y patrimonio, matrimonio de conveniencia", en *El Impacto del Turismo en el Patrimonio Cultural*, Seminario La Antigua Guatemala, octubre de 1996, AECI, Universidad del Alcalá, págs. 71-90 (78).

17 Es el mismo principio que se recomienda en los procesos de reconstrucción de los centros his-

tóricos de algunas ciudades, como una forma efectiva de revitalizar dichos centros

18 OECD, *Tourism Policy and International Tourism in OECD Countries*, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, 1997.

19 Canadá, México, Estados Unidos, Australia, Japón, Nueva Ze-

landa, Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Hungría, Islandia, Irlanda, Italia, Holanda, Noruega, Portugal, España, Suecia, Suiza, Turquía, República Checa y Reino Unido.

Esta publicación de la OECD también muestra el aporte del turismo al empleo en hoteles, restaurantes, agencias de viaje, entidades estatales que apoyan el turismo y en otros sectores de la industria del turismo. (Ver cuadro 8)

Asumiendo entonces que las fiestas puedan ser una fuente de crecimiento o desarrollo económico, social y cultural de una localidad, en parte por las corrientes turísticas que atraen, es necesario disponer de metodologías que permitan estimar el aporte real o potencial de las mismas a la economía, sin desestimar en ningún momento, por supuesto, los elementos sociales y culturales que garantizan la permanencia de las fiestas o de los demás componentes del patrimonio cultural inmaterial, los cuales, con toda seguridad, acrecientan su valor económico.

De acuerdo al párrafo anterior se podría afirmar que se requieren tanto metodologías que midan o estimen las corrientes económicas, o el impacto económico (aporte real), como metodologías que midan o intenten medir la percepción de los usuarios potenciales sobre el valor económico, cultural²⁰ y social²¹ que atribuyen a la fiesta (aporte potencial). El objetivo del presente estudio es presentar una metodología acerca del aporte real (impacto económico) de las fiestas sobre una localidad, que sea aplicable al caso tanto de las fiestas que generan corrientes turísticas como de las que se realizan dentro del ámbito meramente local.

Esta distinción de metodologías de impacto económico y de valoración económica no es semántica ni ambas apuntan al mismo objetivo. Lo que distingue en esencia a ambos tipos de metodologías son sus objetivos: las metodologías de valoración económica tratan de estimar el valor que los posibles usuarios del patrimonio conceden al mismo, no importa donde estén ubicados dichos usuarios poten-

20 Sentimientos de identificación, orgullo, respeto por el pasado, por las tradiciones, por las leyendas, los mitos, los ideales, etc., y la oportunidad de entrar en contacto con todo esto por parte del turista.

21 La oportunidad de conocer otras personas, de disfrutar de los eventos, de afianzar los vínculos familiares y sociales, de visitar parientes, amigos, etc.

Cuadro 8
Importancia económica del turismo en los países de la OECD.
1995

Países	Participación porcentual de los ingresos del turismo en el PIB	Participación porcentual de los gastos en turismo en el consumo de los hogares
Canadá	1.4	3.1
México	2.2	1.6
Estados Unidos	0.9	1.0
Norte América	1.0	1.1
Australia	2.0	2.1
Japón	0.1	1.2
Nueva Zelanda	3.9	3.5
Asia y el Pacífico	0.2	1.3
Austria	6.3	9.0
Bélgica-Lux	2.1	5.4
República Checa	6.3	6.2
Dinamarca	2.1	4.6
Finlandia	1.4	3.5
Francia	1.8	1.8
Alemania	0.7	3.7
Grecia	3.6	1.6
Hungría	4.0	4.4
Islandia	2.4	6.6
Irlanda	3.4	5.7
Italia	2.5	1.9
Holanda	1.7	4.9
Noruega	1.6	5.9
Portugal	4.4	3.3
España	4.5	1.3
Suecia	1.5	4.5
Suiza	3.1	4.3
Turquía	2.9	0.8
Reino Unido	1.7	3.5
Europa	1.0	1.7
OECD	0.9	1.5

Fuente: OECD (Organización para el Desarrollo Económico y la Cooperación en español). Tourism Policy and International Tourism in OECD Countries, OECD, 1997, p. 27.

ciales, es decir, no tiene una connotación geográfica. Un patrimonio debe protegerse (mantenerse y conservarse) si la sociedad concuerda en que dicho patrimonio es valioso desde todo punto de vista: social, cultural, económico, etc. Aún más, el patrimonio debe conservarse aunque en un momento del tiempo no tenga un impacto económico sobre la localidad que lo posee: su solo valor social y cultu-

ral debería ser suficiente. Las valoraciones contingentes, y las demás alternativas, tratan de estimar el valor económico, social y cultural de estos patrimonios, expresado en lo posible en dinero. Por supuesto, la ausencia de impacto económico, si no existe una intervención de los gobiernos o de las organizaciones o personas que se preocupan por la conservación del patrimonio, puede llevar a que los patrimonios se deterioren y desaparezcan.

La valoración de impacto económico, por otro lado, sí tiene un marcado tinte geográfico. Se trata aquí de aprovechar, en beneficio de una localidad determinada, la valoración económica, social y cultural que habitantes de otras localidades, regiones y países hacen del patrimonio de dicha localidad.— Realmente no se trata de una metodología de valoración sino de una de medición del impacto económico geográfico que se deriva de las valoraciones que tienen los habitantes externos (o los propios habitantes) a la localidad que posee un patrimonio cultural inmaterial, como es una fiesta.

Por supuesto, se puede inferir que una fiesta que tenga un alto impacto económico tiene un alto valor económico, social y cultural. En este sentido podrían tomarse las mediciones de impacto como alternativa de valoración económica, social y cultural. El problema con este supuesto es que lo contrario no es cierto: un bajo impacto económico no significa que no pueda existir una alta valoración económica, social y cultural²³ que amerite que el patrimonio sea protegido por las autoridades, aun en el caso de un activo inmaterial como es una fiesta.

Conviene aquí revisar tanto las metodologías existentes para valorar bienes o tipos de patrimonio material e inmaterial como explicar la metodología de impacto económico. Esta revisión se construye sobre la exposición realizada por los consultores en un trabajo anterior, ampliándola al caso del turismo.²⁴

22 O la valoración que tienen de la fiesta los propios habitantes, cuando se trata de fiestas sin visitantes.

23 Recordar los budas destruidos por los talibanes en Afganistán. Es el caso típico de fiestas exclusivamente locales, las cuales pueden tener un muy bajo impacto económico pero un muy alto valor social y cultural.

Antes de explicar los diferentes métodos es conveniente aclarar que una buena parte de las fiestas incluye una amplia diversidad de eventos que hacen muy difícil generalizar sobre las características de los bienes o servicios que forman el cuerpo principal de la celebración: unos bienes o servicios tendrán características de bienes públicos (como los desfiles y presentaciones al aire libre) mientras que otros son eventos comerciales sobre los cuales se debe pagar una boleta de entrada (corridas de toros, obras de teatro, cine, etc). Esto significa que las metodologías de valoración apropiadas puedan ser una mezcla de aquellas que recurren a los precios del mercado y las que se guían por los métodos usualmente utilizados cuando los bienes en cuestión tienen características de bienes públicos.

Existen básicamente cuatro metodologías para una valoración económica del patrimonio cultural inmaterial, en este caso las fiestas:

- a. Métodos de precios del mercado.
- b. Métodos sobre la voluntad a pagar por asistir a una celebración o fiesta cultural.
- c. Métodos de valoración contingente y,
- d. Estudios para selección de escenarios alternativos. Como se dijo, la metodología de impacto económico podría tomarse tanto como una metodología alternativa de valoración (que no lo es), como también una que tiene realmente un objetivo diferente: estimar el impacto geográfico de la valoración de un patrimonio cultural.

1.4.1 Metodologías de valoración económica

a. Metodología de valoración económica con base en los precios del mercado

Como ya se mencionó, muchos bienes y servicios que conforman una fiesta en una localidad, son parte de un mercado en donde se compite entre estos bienes y con otros que no necesariamente son parte

24 Luis Alberto Zuleta J., Lino Jaramillo G., *Impacto Económico del Patrimonio del Centro Histórico de Bogotá D.C.*, Bogotá, Convenio Andrés Bello y Corporación La Candelaria, págs. 18-22.

de la celebración pero sí se ofrecen en la localidad o en otras fiestas alternativas. Los precios y los ingresos recaudados son un indicativo del valor que las personas atribuyen al evento específico al que asisten dentro de la fiesta. Para estos eventos es posible estimar las curvas de demanda sobre la parte del patrimonio que participa en mercados y los respectivos excedentes del consumidor,²⁵ verdadera medición del valor económico del consumo de un bien.

Generalmente, las valoraciones económicas de bienes que se transan en los mercados no necesariamente tienden a los efectos indirectos²⁶ e inducidos²⁷ de dichas valoraciones. En una valoración de impacto (ver más adelante), dichos efectos serían muy importantes. La valoración económica tiene una contraparte de oferta, en el sentido que los consumos generan una utilización directa de recursos, con sus correspondientes costos y utilidades, por parte de los eventos que conforman la fiesta. En un análisis de impacto se incluirían también como contraparte los sectores que suministran los bienes y servicios que permiten su realización o atienden a los visitantes o al gasto inducido.

b. La voluntad de pagar por los bienes y servicios culturales de la fiesta

A diferencia de los métodos de valoración basados en los precios del mercado, en muchas ocasiones, como en el caso de eventos al aire libre en las fiestas, el consumidor no tiene que pagar por asistir a los mismos, de tal forma que no revela directamente el valor que les concede.

Para estos casos, existen metodologías que logran que el consumidor exprese algún tipo de preferencia relacionada con el patrimonio intangible que se desea valorar, aunque de manera indirecta. Estas

metodologías indagan respecto a las preferencias del consumidor sobre bienes alternativos, complementarios o similares al bien cultural intangible que se desea valorar.²⁸

Bienes alternativos

La pregunta al consumidor aquí sería la de que si no puede disfrutar del evento cultural, a qué otros, en los que hay que pagar, asistiría. El valor de admisión de estos eventos alternativos sería una aproximación al valor que tiene el bien cultural para el consumidor.

Bienes complementarios (método de costo de viaje)

El consumo de un bien cultural requiere el consumo de otros bienes o servicios complementarios, como transporte público, combustibles, peajes y depreciación del vehículo si es propio, hoteles, guías, mapas, libros y el valor del tiempo, entre otros posibles costos. Aunque el precio de entrada a un espacio de interés cultural sea cero, el coste de acceso es generalmente positivo, dado que deben incluirse por lo menos los gastos ocasionados por el desplazamiento.

En general, cuanto más cerca se reside del espacio cuyo disfrute se quiere valorar, menores son los gastos en que se incurre y mayor es, en consecuencia, el número relativo de visitantes. De esta forma se puede estimar la función de demanda entre el número de visitantes (cantidad) y el coste de desplazamiento (precio). También, en estas mediciones se consideran otras variables como el ingreso y otras de carácter socioeconómico.²⁹

Una de las mayores limitaciones del modelo del coste del desplazamiento es que sólo puede aplicar-

25 Se entiende por excedente del consumidor los sobrepagos que él estaría dispuesto a pagar por asistir (consumir) al evento, pero que finalmente no paga

26 Los efectos económicos que se generan de los consumos de los bienes y servicios que ofrecen otras actividades como la

hotelera, los restaurantes, los almacenes, el transporte, etc.

27 Los efectos sobre el ingreso agregado que generan las familias que trabajan en los sectores mencionados en la nota anterior al gastar sus nuevos ingresos.

28 Ver Pere Reira (Universidades de Barcelona y California), "Po-

sibilidades y Limitaciones del Instrumental Utilizado en la Valoración de Externalidades", en revista ICE, otoño 1992, para una descripción de los métodos de costo de viaje, hedonístico y de valoración contingente.

29 N. E. Bockstael, "Travel Cost Models", en D.W. Bromley, ed.

The Handbook of Environmental Economics, Cambridge, MA: Blackwell, 1995. Giovanni Ruta, *Método de Costo de Viaje, Modelos de Utilidad Aleatoria*, Lima, Perú, Universidad del Pacífico, World Bank Institute, 14-18 de enero, 2002.

se a lugares concretos. Esta característica geográfica es esencial en el modelo. Otra complicación que aparece al aplicar el método del coste de desplazamiento consiste en que, a menudo, el viaje no se justifica únicamente para visitar o disfrutar un solo lugar de interés natural, sino por varios intereses adicionales. En estos casos, surge la dificultad de estimar qué parte del coste de desplazamiento debe adjudicarse al lugar que se pretende valorar.

Bienes similares (métodos hedonísticos)

Pueden existir bienes o servicios privados similares al bien o servicio cultural público, cuyos atributos puedan identificarse y estudiarse separadamente. Estos atributos pueden valorarse individualmente, en cuanto a su influencia sobre su precio, mediante técnicas estadísticas conocidas como métodos hedonísticos. Se estiman los precios implícitos para los diferentes atributos del bien, de tal forma que juntándolos conforman el precio total del mismo.

Por procedimientos econométricos se calcula el peso de las variables (atributos) que determinan el precio final de la vivienda (por ejemplo, superficie de la casa y del lote, tipo de construcción, número de habitaciones, de baños, antigüedad, distancia al centro de la ciudad, nivel de polución atmosférica o atractivo del paisaje). Los coeficientes obtenidos se consideran los precios implícitos de cada característica.

En otras palabras, dos casas idénticas, pero ubicadas en zonas con distinto nivel de polución ambiental (externalidad o bien público local sin mercado explícito), tienen, presumiblemente, precios distintos; la diferencia en el precio de la vivienda se considera el precio implícito de la variación en los niveles de contaminación atmosférica. Bajo determinadas condiciones de la función de precios implícitos puede identificarse la función de demanda de la característica escogida y, en consecuencia, el excedente del consumidor. Así, variaciones en la pro-

visión de tal característica (por ejemplo, nivel de polución) resultan en variaciones en el bienestar, medibles en dinero.

Una de las limitaciones que contribuyen a la relativa escasez de aplicaciones del modelo es que sólo permite valorar bienes públicos locales para los que el nivel de consumo depende, en buena medida, del nivel de consumo de un bien privado con un mercado bien definido. De hecho, esta relación entre bien público local o externalidad y bien privado forma parte de la esencia del modelo de los precios hedónicos.

La asistencia a una fiesta famosa, como el Carnaval de Rio de Janeiro, puede tener componentes no sólo de disfrute del evento (que también podrían obtenerse en otra fiesta menos famosa) sino también del estatus (orgullo, admiración, etc.) que puede conferir entre las amistades o parientes el haber estado allí.³⁰

c. La valoración contingente de bienes culturales

Este método es una opción cuando no se tienen precios de referencia de otros bienes complementarios, alternativos o similares, es decir, de mercados existentes. En esta metodología se simula un mercado y sobre dicha contingencia (un mercado artificial que puede o no existir) se trata de que los consumidores, a través de encuestas, revelen sus preferencias o disposición a pagar por un bien o servicio hipotético en un mercado hipotético.

Esta metodología indaga no sólo por valores económicos sino también por valores culturales y sociales del bien o servicio patrimonial que se esté analizando. Es una metodología ampliamente utilizada en el mundo, aunque ha sido criticada por no tener en cuenta todos los aspectos culturales, además de ser estática (realizada en un punto en el

30 Ismail Serageldin, *Very Special Places: The Architecture and Economics of Intervening in Historic Cities*, The World Bank, 1999, pág. 30. Sherwin Rosen, "Hedonic Prices and Implicit Markets: Product Differentiation in

Pure Competition", en *Journal of Political Economy* (821), 1974, págs. 34-55.

tiempo) y factible de sesgar debido a su complejidad. Su mayor virtud reside en aportar elementos no económicos (cualitativos) a los análisis de precios o de impacto económico.³¹

La riqueza del reto de valorar correctamente (evitar sesgos) un bien en un mercado hipotético requiere la colaboración de la estadística, la psicología, la sociología, la investigación de mercado y, en general, ramas de las ciencias económicas que no encajan en la tradición de la economía del bienestar. Es por ello, y por ser basada en encuestas, que se considera un método muy costoso.

Los sesgos, y la dificultad de contrastarlos con valores verdaderos, son una de las principales limitaciones de la valoración contingente: sesgos estratégicos (no decir lo que se piensa por las posibles repercusiones negativas), divergencias entre disposición a pagar o a ser compensado, los sesgos de toda encuesta de percepción (preguntas mal planteadas) y los sesgos del carácter hipotético del ejercicio (percepción incorrecta del contexto, pistas implícitas para la evaluación, como el precio inicial que se plantea, complacencia de los entrevistados con los promotores de la encuestas y las restricciones de renta).³²

d. Estudios para selección de escenarios alternativos

Uno de los problemas de los estudios de valoración contingente es el de preguntarle a las personas sobre un precio a pagar. Las respuestas, dado lo hipotético de la situación, pueden ser no realistas. Este problema puede obviarse utilizando un método un poco más complejo consistente en diseñar un escenario compuesto de diferentes alternativas para selección de una por parte de los encuestados. Cada alternativa está integrada por una serie de atributos que posee la alternativa y, posiblemente, por un precio. El consultado debe elegir entre las alternativas u ordenarlas.

Así, por ejemplo, si se quiere estudiar una casa histórica, se puede construir un escenario con dos o tres alternativas, cada una distinguiendo varios atributos y un precio de entrada. Los atributos pueden referirse a si la casa posee jardines, si está diseñada con un estilo arquitectónico interesante o no, si la colección de objetos que exhibe es de gran calidad, si posee facilidades o servicios adicionales para el visitante y con un precio de entrada a cada alternativa.

Este método también tiene sus defensores y detractores. Las críticas tienen mucho que ver con las enormes dificultades de diseño, que llevan a errores y sesgos en las respuestas.

1.4.2 Metodologías de medición del impacto económico de un patrimonio intangible temporal en un área geográfica determinada

Las metodologías de impacto económico pueden referirse a varias circunstancias diferentes, entre otras las siguientes:

- Impacto económico sobre un área geográfica, con o sin contenido histórico, de la actividad que cotidianamente se desarrolla en su interior.
- Impacto económico sobre una localidad con zonas de valor histórico de la corriente turística que la visita.
- Impacto económico sobre una localidad de una celebración que atrae turistas.
- Impacto económico sobre una localidad de una celebración que no atrae turistas pero sí eleva el gasto promedio de sus habitantes, o su tasa de ahorro e inversión, debido en el primer caso a los aportes que para financiar la fiesta se reciben del gobierno nacional o regional, de empresas privadas de carácter comercial, de ONG's o a que los habitantes trabajan tiempo extra y, en el segundo caso, a que los habitantes ahorran una parte de sus ingresos (mediante impuestos o cuotas voluntarias) para aumen-

31 Marcos Adamson-Badilla, "Sensibilidad de la disponibilidad de pago a la especificación de la función indirecta de utilidad: Una aplicación del MVC para valorar

los beneficios de conservación del Parque Nacional Manuel Antonio de Costa Rica", Instituto de Investigaciones en Ciencias Económicas, Universidad de Costa

Rica. Hispania Research Corporation. "El pago por las opciones alternativas de suministro de agua para el río Mameyes", USDA Forest Service Research

Paper PSW-RP-240, 1999. Para bienes culturales ver referencias bibliográficas del estudio anterior de los consultores.

32 Riera, *op. cit.*, págs 9, 10.

tar (o conservar) la capacidad de producción propia de disfraces, máscaras, animales, productos vegetales y artesanales, para la venta en la fiesta, o para invertir en la infraestructura de la localidad,³³ etc.

Este trabajo se refiere a la estimación del impacto económico de las fiestas, no importa si atraen o no a turistas, aunque en el caso de la no existencia de visitantes se debe realizar un esfuerzo para identificar las fuentes de financiación de los nuevos recursos.

Las fiestas adonde acuden visitantes

La evaluación del impacto económico de una fiesta, al atraer turistas, parte de una ecuación sencilla:³⁴

$$\text{Impacto económico de una fiesta} = \text{Número de turistas} \times \text{Gasto promedio por visitante} \times \text{Multiplicadores.}$$

En este caso, los multiplicadores pueden ser utilizados para convertir las estimaciones de gasto o ventas a ingresos, empleo o impuestos.

Partiendo de esta formulación agregada, se conocen dos enfoques o metodologías principales para estimar el impacto de una fiesta sobre una localidad, además de un enfoque ad hoc y otro que ofrece básicamente información de multiplicadores (Cuadro 9).

La metodología finalmente utilizada para una estimación del impacto económico de las fiestas en un área geográfica, será seguramente una mezcla de las metodologías presentadas, debido a las dificultades que se enfrentan para obtener la información pertinente.

a. Metodología de encuestas a visitantes

En este enfoque se realizan encuestas directamente a los turistas y a empresarios de sectores básicos relacionados con el sector turismo, como son los casos de hoteles, restaurantes, empresas de trans-

Cuadro 9
Metodologías de medición del impacto económico de las fiestas que incluyen visitantes

	Número de turistas	Gasto por turista	Multiplicadores de empleo e ingreso d/
Enfoque de Encuesta a Visitantes e/	X	X	
Enfoque Satélite de Turismo b/	X	X	
Métodos ad hoc c/	X	X	
Modelos Insumo-Producto		X	X
Impactos de la fiesta		Directos e/	Indirectos f/ Inducidos g/

Notas: a/ Encuestas específicas o sistemáticas por tipo de turista, tipo de gasto, tipo de alojamiento, turista de día o noche, medio de transporte, entre otras.
 b/ Utilización de información de cuentas nacionales, regionales o locales para construir tasas o ratios de ventas turismo/total para diferentes sectores o productos relacionados con el turismo, como hoteles, restaurantes, cafeterías, museos, comercio al por menor, líneas aéreas, buses, vehículos particulares, etc.
 c/ Utilización del buen juicio de expertos o de indicadores indirectos de otras regiones o localidades.
 d/ Efectos indirectos e inducidos de las fiestas, sobre ingresos, empleo e impuestos, principalmente (ver notas siguientes).
 e/ Ventas de sectores relacionados y pagos de saleros y otros insumos directos por los mismos (valor agregado directo). Empleo e impuestos de los prestadores directos de servicios turísticos.
 f/ Ventas al sector turismo de insumos por industrias de alimentos, textil, bebidas, etc.
 g/ Multiplicación de ingresos y empleos derivados del gasto de las familias que reciben los pagos por la venta de productos y servicios relacionados directamente con la fiesta y del gasto de las familias productoras de los insumos indirectos.

33 Por ejemplo, si por causa de la fiesta se mejoran las calles, se pintan las fachadas, se arregla o mejora la iluminación de la localidad, se repara la escuela o

el hospital, etc., todo como producto del ahorro de la comunidad específicamente para financiar dicho tipo de inversiones

34 Daniel J. Sivnes, "Estimating Economic Impacts of Tourist Spending on Local Regions: A Comparison of Satellite and Survey/I-O Approaches", Lisle, Illinois, Censtates, TTRA Conference, sept. 2001.

nois, Censtates, TTRA Conference, sept. 2001.

porte, entre otras, tendiente a estimar tanto el número y tipo de turistas como también el gasto de los turistas por categoría de gasto.

Las cifras obtenidas a través de encuestas pueden ser complementadas con información adicional obtenida por otras fuentes, el buen juicio de expertos y multiplicadores de ingreso, empleo e impuestos, es decir, con el apoyo de las otras metodologías.

b. Enfoque satélite de turismo

La idea básica de esta metodología es la de aplicar un conjunto de "tasas de la industria del turismo" a las ventas reportadas de los sectores de la economía relacionados con el turismo. Las tasas capturan la proporción de las ventas de los sectores efectuadas a turistas. El enfoque está apoyado principalmente en información sistemática de tipo regional o local, recolectada por entidades públicas o privadas. Es básicamente información tipo cuentas nacionales, regionales o locales.

Las ventas a turistas son realizadas principalmente por sectores tales como hoteles, restaurantes y cafeterías y ventas del comercio al por menor. Otros son los medios de transporte como líneas aéreas y buses, además de las agencias de viajes.

Por supuesto, las tasas pueden ser también estimadas por medio de encuestas directas y, como en el caso anterior, la metodología debe estar apoyada en otras metodologías o fuentes de información.

c. Métodos ad hoc

Esta metodología es aquella que se apoya en el buen juicio de expertos del sector turismo y en la utilización de indicadores de turismo de unas áreas geo-

gráficas para ser aplicados en otras. También se recurre, en ocasiones, a utilizar tasas o multiplicadores regionales, o aun nacionales, para estimaciones de carácter local.

Como es lógico, este es un método fundamentalmente de apoyo al que se debe recurrir en contadas ocasiones y siempre y cuando no exista una forma más precisa de obtener un indicador. Debe provenir estrictamente de la opinión de expertos y puede ser utilizado como elemento de "chequeo" de las cifras estimadas por otros métodos.

d. Modelos insumo-producto

Estrictamente hablando, ésta no es una metodología para estimar el impacto económico de las fiestas al atraer turistas, pero sí es una fuente importante de información para analizar los efectos indirectos e inducidos³⁵ de las fiestas sobre los ingresos, el empleo y los impuestos, principalmente.

Sin la información suministrada por los ejercicios de insumo-producto, únicamente se podrían determinar los efectos directos de las fiestas, es decir, las ventas de (o los pagos a los insumos de) los sectores relacionados directamente con la atención a los visitantes a la fiesta (hoteles, restaurantes, agencias de viaje y medios de transporte) y, tal vez, algunos efectos indirectos que corresponden a la venta de los sectores que, a su vez, abastecen a dichos sectores directamente relacionados con la atención a los turistas (papelería, alimentos, combustibles, etc.).

Las fiestas en las que no participan los turistas

La metodología en este caso es esencialmente la misma que para el caso anterior, con la diferencia de que la elevación del gasto total, con ocasión de la fiesta y sus preparativos, corre por cuenta de los habitantes de la localidad, con las fuentes de finan-

35 Los efectos inducidos por las fiestas corresponden a la multiplicación de ingresos, empleo e impuestos derivados del gasto de las familias que reciben los pagos por la venta de productos y

servicios relacionados directa o indirectamente con la atención a los visitantes a las fiestas.

ciación o de elevación de la tasa de ahorro e inversión que se mencionaron al comienzo de esta sección (1.4.2).

En esta instancia, la medición del impacto económico de una fiesta también puede partir de la misma expresión general que cuando existen turistas:

Impacto económico de una fiesta = Incremento en el gasto con motivo de la fiesta* Multiplicadores.

Para el caso de fiestas sin turistas se tendría que medir el incremento en el gasto total de la comunidad (incluyendo los sectores público y privado) debido a la fiesta y a sus preparativos, para de allí, mediante los multiplicadores, estimar su impacto en los ingresos, el empleo y los impuestos.

Las metodologías de estimación, en este tipo de celebraciones, son esencialmente las mismas que cuando existe la presencia de turistas, con la diferencia de que las encuestas (para una medición puntual o perteneciente al sistema de cuentas locales o regionales) indagarían acerca del incremento en el gasto de la población con motivo de la fiesta. Aquí también son perfectamente válidos los métodos ad hoc (opiniones de especialistas) y los sistemas de insumo-producto.

Una alternativa posiblemente más simple es la de indagar acerca de los montos de los recursos nuevos por donación que afluyen a la localidad, o la cuantía de los ahorros nuevos o el valor del tiempo extra que dedican los habitantes a la preparación y realización de la fiesta. En este caso, el incremento en el gasto con motivo de la fiesta estaría dado por el monto o valor de de los recursos nuevos, no importa su procedencia. Sin embargo, los efectos multiplicadores dependen de cómo se gasten los recursos nuevos, no existiendo diferencias metodológicas en esta etapa con respecto a las fiestas a las que acuden visitantes, pues es claro que el efecto multiplicativo total sería menor, por ejemplo, cuando el gasto inicial se realiza sobre productos con un alto contenido de insumos producidos en otras localidades o regiones.

Finalmente, es conveniente aclarar que en el caso de las fiestas a las que acuden visitantes, también podría presentarse un incremento en el gasto de los habitantes de la localidad que esté asociado a los procesos de financiación externa (gubernamental principalmente) o de cambio en los comportamientos económicos (respecto al ahorro o al uso del tiempo libre) de los residentes, tal como se explicó para el caso en que no se presenten visitantes. La metodología con visitantes debería, en este caso, combinarse con la explicada para el caso en el que ellos no se presenten.

1.5 Resumen del capítulo

En este capítulo se resalta la importancia de la diversidad cultural de las naciones, no únicamente por sus connotaciones culturales y sociales, sino también, contrario a lo que se puede creer, por su relevancia económica, es decir, como factor para explicar las posibilidades de desarrollo económico, social y cultural.

Esta importancia de la diversidad cultural se contrasta en el capítulo con el proceso de globalización en que actualmente está inmerso el mundo, exponiendo una serie de teorías que tratan de advertir sobre los peligros, pero también las oportunidades, que presenta la globalización para dicha diversidad.

En el capítulo se ubica a las fiestas como un componente importante de la diversidad cultural de los países y se precisa que también pueden estar expuestas a amenazas y oportunidades dentro del proceso de globalización y bajo la presión de los diferentes intereses particulares y generales que las rodean. El turismo que fluye hacia las fiestas es la expresión de dicha globalización.

El capítulo termina con una descripción de las principales metodologías de valoración y de impacto económico del patrimonio inmaterial, como las fiestas. Entre las primeras se mencionan aquellas que se apoyan en los precios del mercado de los bienes culturales, cuando ellos existen, las que utilizan precios de otros mercados relacionados con los bienes culturales y las que se apoyan en mercados hipotéticos. Entre las segundas, las de impacto, se mencio-

nan las siguientes: Encuestas a visitantes, satélite de turismo, ad hoc y estimación de efectos multiplicadores. Se hace énfasis en las metodologías de impacto económico de las fiestas relacionadas con el turismo, por considerar que son las más comunes y las de mayor impacto económico, pero las mismas son aplicables a fiestas en que el turista no es un protagonista, en la medida que en ambas instancias lo que se presenta es un incremento en el gasto cotidiano promedio, motivado por la fiesta. Dicho incremento es financiado en el primer caso principalmente por los visitantes y, en el segundo, por fuentes gubernamentales o por cambios en el comportamiento económico de los habitantes (mayor ahorro o menor ocio).

1.6 Información inicial sobre políticas relacionadas con las fiestas en países del Convenio Andrés Bello (CAB)

Como parte del trabajo para el diseño de una metodología de medición de impacto de las fiestas en la economía, se envió un formulario sobre políticas a expertos y autoridades de los países del CAB relacionadas con este tema, a las autoridades responsables de los países de la región andina y a algunas universidades. Este formulario, con el instructivo correspondiente, se presenta como Anexo a este capítulo.

Con este formulario se pretendía obtener información sobre los principales instrumentos de política disponibles en los países miembros del Convenio Andrés Bello relacionados con estímulos para la realización de algunas fiestas. El resumen de estos instrumentos de política no pretende ser exhaustivo ni muy preciso, pues corresponde a las respuestas recibidas por algunas entidades y especialistas sobre su percepción acerca del tema.

Se recibieron respuestas de Bolivia, Perú y Venezuela.

a. Normatividad

En cuanto a la existencia de normas a nivel nacional, regional, estatal o municipal relacionadas con la regulación, celebración o estímulo a las fiestas,

de *Bolivia* se informó que no existe una norma de carácter nacional de apoyo a las fiestas, pero que a nivel municipal sí se han emitido en varios casos ordenanzas y resoluciones dirigidas a fiestas específicas y orientadas a regular aspectos prácticos de las festividades como rutas de los bailarines, lugares de instalación de las *comideras*, instalación de gradearias, etc.

En el caso de *Perú*, se mencionan algunas normas que incluyen inclusive a la misma Constitución Política (artículo 116); la ley 24047 que norma al Instituto Nacional de Cultura (INC); el D.S. 034-202-ED, referido a la reestructuración del INC; la ley 27750 del MINCETUR, y el D.S. 004-2002-MINCETUR que regula la calificación de los Festivales de Identidad Nacional. Se menciona, en el caso de Perú, que las normas son específicas y parciales sin respaldo de ley y aplicables en jurisdicciones restringidas. Sin embargo, como patrimonio cultural intangible, las fiestas merecen la protección del estado a través del INC y, si son considerados Festivales, mediante el MINCETUR. Se menciona en Perú la ley de Asociaciones Religiosas, las cuales representan un apoyo a las fiestas religiosas organizadas por las cofradías.

Por su parte, en *Venezuela* existe una protección legal del patrimonio cultural que surge de la Constitución Política, en el capítulo que habla de los derechos culturales. En segunda instancia está la Ley de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural, desde 1993.

b. Instrumentos o incentivos estatales de apoyo a las fiestas

De *Bolivia* se informa que incentivos directos formales, expresados en una norma, de carácter nacional o, inclusive, local, no existen. Las autoridades de diversos niveles ofrecen, con su presencia, apoyo político a muchas de las festividades. La proclamación de algunos feriados nacionales en festividades como el carnaval o el día de difuntos, son también expresiones de reconocimiento a celebraciones que de todas formas se presentan. Las diversas alcaldías, por supuesto, ofrecen apoyos directos a las festividades, sin que exista una norma que orde-

Colombia. Carnaval de Blancos y Negros.
Fotografía: Martín Rodríguez.
Fundación Bat Colombia.



ne y regule dicho apoyo, por lo cual es bastante casuístico.

En *Perú* se promueve y desarrollan las manifestaciones culturales del país así como la investigación, preservación, conservación, restauración, difusión y promoción del Patrimonio Cultural de la Nación. Algunas fiestas locales son registradas por INC como Patrimonio Cultural y por el MINCETUR como Festivales Rituales de Identidad. Cerca de un centenar de fiestas están protegidas por dichas declaratorias.

Entre los incentivos existentes a las fiestas en *Venezuela* figuran las declaratorias de algunas fiestas como Patrimonio Cultural. Estas declaratorias se presentan en algunos municipios y estados del país, así como al nivel nacional. Inclusive, la fiesta de Los Diablos Danzantes de Corpus Christi está candidatizada por el Instituto de Protección del Patrimonio Cultural para ser inscrita en la lista de obras maestras del patrimonio mundial inmaterial de la Unesco. Igualmente se menciona que se observa la presencia de gobernadores, alcaldes y otras autoridades locales y regionales en la celebración de las fiestas tradicionales. En algunos lugares se conceden permisos a empleados públicos para participar en algunas fiestas de gran significado popular.

c. Financiación gubernamental de las fiestas

En *Bolivia* no existe, se afirma, financiación gubernamental directa de ninguna fiesta. Sin embargo, en el marco de las competencias de mantenimiento urbano de las alcaldías, éstas destinan recursos a obras o actividades que se relacionan con las festividades.

Lo mismo se menciona que acontece en *Perú*. Igualmente, las entidades nacionales en sus dependencias regionales y locales, los gobiernos regionales y municipalidades, pueden destinar algún presupuesto para apoyar las celebraciones de las fiestas cívicas y algunas patronales y de festivales que son de interés nacional, regional o local.

En *Venezuela*, se afirma que el Consejo Nacional de la Cultura (CONAC) dispone de un programa de financiamiento muy amplio del cual también se pue-

den beneficiar las fiestas tradicionales. Las gobernaciones y las alcaldías, en distintos grados, también pueden apoyar económicamente las fiestas tradicionales.

d. Presupuestos ejecutados con recursos estatales para la realización de fiestas

De *Bolivia* informan que no tienen disponible la información respectiva, lo mismo que de *Perú*: las cifras las tienen dependencias como el Ministerio de Economía y Finanzas, el MINCETUR y los gobiernos regionales y locales. Para el caso de *Perú* existen presupuestos municipales para el apoyo de las fiestas, pero no existen presupuestos estatales o nacionales al respecto.

Respecto a *Venezuela*, las respuestas indican que no se dispone de información acerca de los presupuestos municipales y estatales, pero que en el presupuesto nacional se han destinado algo más de trescientos millones de bolívares para financiar distintas festividades.

En resumen, como era de esperar, la mayoría de las fiestas, como expresiones culturales de carácter local, son apoyadas por las autoridades locales, aunque no necesariamente de manera directa y sistemática en todos los casos, sino como producto de tareas de mantenimiento urbano o de manera en algún sentido casuística. Los gobiernos centrales también las apoyan por medio del reconocimiento político y la expedición de normas superiores que enmarcan los esfuerzos locales o regionales. En algunos casos existen presupuestos de financiación directos, como en los municipios y estados. En *Venezuela*, el gobierno central dispone de un presupuesto para el apoyo de algunas fiestas.

1.7 anexos

Formulario sobre políticas relacionadas con las fiestas

1. Instructivo

Este formulario va dirigido principalmente a autoridades que toman decisiones sobre la participación

del Estado en algunas fiestas, o a expertos en el tema.

El objetivo principal del formulario consiste en obtener información sobre los instrumentos de política disponibles en los países miembros del Convenio Andrés Bello relacionados con estímulos para la realización de algunas fiestas.

Con respecto a la pregunta 2.1, si la respuesta es afirmativa, agradeceríamos el envío adjunto de algunas de esas normas.

Con respecto a la pregunta 2.2 pueden mencionarse como ejemplo los siguientes instrumentos o incentivos posibles: exenciones tributarias, apoyo presupuestal del Estado y/o autorización para el uso del espacio público en las fiestas, permisos laborales para empleados públicos, entrega en préstamo transitorio de instalaciones físicas de propiedad del Estado para su uso en las fiestas, presencia física de las autoridades en los principales eventos, entre otros.

Si desea extenderse en las respuestas a las preguntas 2.2 y 2.3, puede ampliar el espacio de la respuesta.

La pregunta 2.4, relativa al presupuesto ejecutado con recursos del gobierno para impulsar la celebración de las fiestas, se refiere a datos en moneda nacional (especificar el tipo de moneda) correspondientes a los tres últimos años disponibles (especificar cuáles son esos años).

2. Formulario sobre políticas

2.1 ¿Existen algunas normas a nivel municipal, estatal o regional, o de nivel nacional relacionadas con la regulación, celebración o estímulo a las fiestas?

SI _____ NO _____

En caso de que la respuesta sea afirmativa, puede citar algunas de esas normas

2.2 ¿Qué tipo de instrumentos o incentivos que provengan del Estado existen en su país para la realización e impulso de las fiestas?

2.3 ¿Cuáles fiestas tienen financiación del gobierno (municipal, estatal o nacional) en su país?

2.4 ¿Cuál es el presupuesto ejecutado con recursos del gobierno destinado a la realización de las fiestas?

- Presupuesto municipal _____
- Presupuesto estatal _____
- Presupuesto nacional _____

Metodología de medición del impacto económico de las fiestas

B. Introducción

En este capítulo se explica en mayor detalle una metodología de medición del impacto económico de las fiestas, que como se mencionó en el capítulo 1, debe ser una mezcla de varias metodologías, complementarias entre sí. El capítulo presenta, así mismo, alguna evidencia disponible sobre las estimaciones existentes del impacto de las fiestas en las economías locales.

Al final del capítulo se presenta una estrategia recomendada para la aplicación de la metodología descrita en este capítulo a la evaluación del impacto económico de las fiestas en los países del Convenio Andrés Bello.

En el capítulo inicial se mencionaron básicamente dos metodologías principales y una de apoyo, además de una complementaria. Las dos metodologías principales son las de encuestas a visitantes y la satélite. La metodología de apoyo (ad hoc) está representada por el buen juicio de los ex-

peritos en el tema turístico: el enfoque complementario está constituido por los modelos de insumo-producto (multiplicadores).

Podría considerarse que la metodología que se apoya básicamente en encuestas tiene un carácter de ejercicio local, mientras que la metodología satelital implica la configuración de un sistema estadístico adicional (satélite) al existente para las regiones o países, basado principalmente en el reordenamiento (o aprovechamiento) de fuentes de información estadística ya existentes (principalmente sobre turismo), administradas en su mayoría por las entidades públicas responsables de los sistemas de información estadística nacional o regional, entidades que usualmente toman información periódica en fronteras, aeropuertos, puertos fluviales y marítimos, hoteles, restaurantes, etc.

Además de medir el impacto económico sobre una localidad, los estudios acerca del gasto de los visitantes, y/o de los residentes³⁶ (llamados ambos grupos de aquí en adelante participantes), permiten que las localidades puedan aprender bastante acerca de las características y preferencias de unos y otros, información que puede ser utilizada para emprender campañas de promoción de la fiesta mejor diseñadas y para tomar decisiones estratégicas acerca de las inversiones o cambios que puedan atraer a los participantes (visitantes o residentes) mayormente deseados.

El éxito de un estudio sobre impacto económico está posiblemente condicionado a factores más amplios que surgen de la importancia que tenga la fiesta para las autoridades y para la comunidad y de si dicha importancia se refleja en un apoyo hacia la misma fiesta y en una estrecha colaboración entre los sectores público y privado.

Esta cooperación entre autoridades y ciudadanos, incluyendo promotores y organizadores de la fiesta,

ONG's, organizaciones profesionales de creadores y actores, principales empresas comerciales y sus agremiaciones, entre otras, son un elemento vital para obtener una mayor calidad en las respuestas a las encuestas o a las solicitudes de información.

3.1 Estudios de impacto económico vs. estudios de valoración subjetiva

Podría ser de interés para los organizadores e inversionistas en las fiestas realizar algún tipo de estimación sobre la valoración subjetiva que tengan los visitantes actuales o potenciales acerca de la fiesta, no solamente los visitantes de fuera de la localidad sino también los residentes.

Esta valoración tiene triple propósito:

- a. Conocer el valor que otorgan los participantes en la fiesta, por encima de los precios que pagan para asistir a la misma, es decir, tener alguna idea del precio de reserva de dichos consumidores o clientes potenciales de la fiesta e identificar elementos que la hacen o no atractiva.
- b. Obtener mayor información de los clientes actuales o potenciales, que pueda ser utilizada en campañas de mercadeo, promoción y administración del participante, además de en el diseño de programas de inversión pública o privada y,
- c. Como parte del apoyo que toda fiesta necesita de los ciudadanos residentes, conocer su disposición a aportar recursos o a participar en las celebraciones de la fiesta.

Los estudios de valoración, tanto los que se apoyan en mercados propios del bien que se quiere valorar (existentes o contingentes) como los que utilizan mercados de otros bienes (hedónicos o de costo de viaje, entre otros) deben tener claridad acerca de quién va a pagar por los beneficios que se reciben de dicho bien patrimonial. Para una ciudad

³⁶ Cuando su gasto es incrementado temporalmente por encima de los niveles promedios como consecuencia de la atracción de financiación externa (a la localidad) o por cambio en su com-

portamiento respecto al ahorro o a la utilización del uso del tiempo disponible entre trabajo y ocio. De aquí en adelante, para simplificar la exposición, se les llamará simplemente participan-

tes al conjunto de visitantes y/o residentes que cumplen con las condiciones mencionadas en esta nota.

o un país es diferente si quien va a pagar es un residente o un habitante de otras regiones, ciudades o países.

Cuando el análisis es realizado por un gobierno central, que está tomando decisiones acerca de invertir en conservación de un patrimonio cultural, no es muy importante la distinción entre beneficiarios locales, regionales o de otras localidades, siempre y cuando una alta proporción de los que disfrutan de la fiesta sean todos originarios del país.³⁷ En este caso, es posiblemente preferible efectuar mediciones de valoración que tengan en cuenta a todos los beneficiarios, pues, en este caso, para un gobierno central, quienes pagan y quienes se benefician son todos nacionales. Es diferente si el análisis es realizado por un gobierno nacional cuando una parte importante de los beneficiarios son extranjeros, o, más aún, por un gobierno local, cuando los beneficiarios pertenecen en una buena proporción a otras localidades, regiones o países.^{38, 39}

3.2 Preguntas básicas de los estudios de impacto económico

En general, un estudio del impacto económico de una fiesta pretende evaluar la contribución de la celebración a la actividad económica de la región o localidad donde se celebra. Al respecto, las preguntas básicas serían las siguientes:⁴⁰

- ¿Cuánto gastan los participantes durante la fiesta?
- ¿Qué proporción de las ventas efectuadas por los negocios locales es debida a la fiesta en sí misma y qué proporción de sus compras de insumos se realiza en la localidad?
- ¿Cuánto ingreso genera la fiesta a los hogares y negocios de la localidad?
- ¿Cuántos empleos mantiene la fiesta en la localidad?
- ¿Cuántos ingresos fiscales son generados por la fiesta?

Los estudios de impacto también pueden ser utilizados para medir el impacto económico de cambios en la oferta de oportunidades de recreación y turismo en la localidad, estimar las consecuencias económicas de modificaciones en la demanda, estudiar los efectos de políticas y acciones del gobierno, entender las complejas interacciones entre los diferentes sectores de una economía local y la estructura de la misma, solicitar tratamientos impositivos o de gasto favorables para incentivar la fiesta, entre otros objetivos.

Las fiestas, a través del gasto de los participantes, ejercen importantes efectos económicos en un área geográfica: contribuyen a las ventas y utilidades de las empresas, a generar empleos e ingresos fiscales y, en general, a elevar el nivel de ingresos de los habitantes del área en que se realiza la celebración.

Por supuesto, existen otro tipo de impactos económicos que generan las fiestas, no cubiertos necesariamente por los estudios de impacto económico. Sobresalen los efectos sobre los precios ante un incremento puntual en la demanda, las modificaciones en la distribución del ingreso en la medida que algunos agentes económicos se benefician económicamente más que otros de la fiesta, los cambios en la cantidad y calidad de los bienes y servicios ofrecidos durante la celebración, además de los efectos sociales (congestión de tránsito, desplazamiento hacia el área de antisociales, mejora en la infraestructura física) y ambientales (contaminación, basuras, limpieza de las calles, pintura de las fachadas, etc.) que genera un cambio súbito en el número de pobladores y el impacto fiscal.

3.3 Efectos directos, indirectos e inducidos de las fiestas

Los estudios de impacto económico le siguen la pista al flujo de dinero gastado por los visitantes o residentes en la fiesta, en el siguiente orden:

37 A menos que la inversión sea realizada únicamente o principalmente para beneficio de la ciudad

38 Stefano Pagiola, "Economic Analysis of Investments in Cul-

tural Heritage: Insights from Environmental Economics, Environmental Department", World Bank, 1996, pág. 11.

39 Para una explicación de por qué se prefieren estudios de valoración

contingente, o de mercados paralelos, para el caso del turismo, ver el anexo 3.1 de este capítulo.

40 Daniel J. Stynes, "Economic Impacts of Tourism", Michigan

State University, <http://www.msu.edu>, 1998

- Primero, hacia los *negocios donde los participantes gastan directamente* su dinero.
- Luego, hacia otros *negocios que abastecen de bienes y servicios* a los negocios que venden directamente a los participantes.
- Enseguida hacia las *familias*, las cuales ganan ingresos al trabajar en las anteriores empresas y lo gastan principalmente en bienes y servicios de origen local.
- Finalmente, hacia el *gobierno*, a través de los impuestos y tarifas que cobran a los participantes, los negocios y las familias.

Los efectos del gasto de los participantes sobre la economía regional usualmente se dividen en directos, indirectos e inducidos, englobando los dos últimos como efectos secundarios. El efecto económico total es, por supuesto, la suma de los efectos anteriores. Su medición se realiza con categorías económicas como ventas o producción bruta, ingresos, empleo, impuestos o valores agregados.

Los *efectos directos* de una fiesta corresponden a los cambios en la producción asociados con los efectos inmediatos de los cambios en el gasto generados por los participantes. La llegada de visitantes nuevos a la ciudad con motivo de la fiesta, por encima del promedio usual de visitantes, o el gasto adicional de los residentes, incrementa las ventas de los negocios que atienden directamente a dichos participantes: hoteles, restaurantes y demás negocios. También se incluyen aquí los gastos de los participantes en los eventos propios de la fiesta. Este incremento en las ventas está asociado con mayores pagos en sueldos y salarios, impuestos y compras de insumos, todos tomados como efectos directos del mayor gasto generado por las fiestas.

Los *efectos indirectos* de una fiesta hacen referencia a los cambios en la producción que resultan del gasto de los nuevos ingresos recibidos por hoteles, restaurantes, comercios, empresas de transpor-

te, eventos de la fiesta, etc. en bienes y servicios ofrecidos por empresas de sectores que los abastecen de insumos. Por ejemplo, la industria productora de jabones debe incrementar su producción y empleo para abastecer el incremento en la demanda de los hoteles. A su vez, la industria de jabones incrementa sus pedidos de insumos químicos y de otros elementos, generándose así un encadenamiento que afecta a muchos sectores de la economía, en un efecto multiplicador del gasto inicial del participante en la fiesta. Igual acontece con muchos de los eventos centrales de la fiesta que utilicen disfraces y máscaras, que deben adquirir insumos para fabricarlos o deben mandar a fabricarlos a terceros. Igual sucede con los espectáculos públicos, los cuales requieren de la adquisición y utilización de una variedad amplia de insumos.

Por su parte, se entiende como *efectos inducidos* de la fiesta a los cambios en la actividad económica que resultan del mayor gasto de las familias respecto de los ingresos adicionales que reciben al trabajar en las industrias que directa o indirectamente atienden a los participantes. Así, los trabajadores y propietarios de las industrias hoteleras, productoras de jabón y de químicos,⁴¹ gastan en la región una parte de sus mayores sueldos, salarios, dividendos, en gastos como arrendamientos, alimentos, transporte, etc., generando a su vez mayores ventas, ingresos, impuestos y empleo en la región o localidad. Estos últimos efectos se conocen como efectos inducidos del gasto de los participantes durante la fiesta.

Como se puede deducir de los párrafos anteriores, a través de los efectos indirectos e inducidos, el cambio directo en el gasto que se genera con motivo de las fiestas puede afectar virtualmente a todos los sectores de la economía, tanto en la localidad que realiza la fiesta como en otras localidades y países. La magnitud de estos efectos secundarios depende, fundamentalmente, del tamaño de la fiesta y de su duración, del tipo de bienes que se

⁴¹ Dependiendo, por supuesto, de si una parte de las industrias productoras de insumos está ubicada en la localidad

consuman directamente y de la propensión que tengan las empresas y familias de la localidad a comprar bienes y servicios ofrecidos por las empresas locales (o inversamente del contenido importado de las compras directas e indirectas). Así, entre mayor sea la propensión a realizar compras localmente, mayores serán los efectos multiplicadores del gasto de los participantes sobre la economía local.

3.4 El impacto económico de las fiestas

Como se mencionó en el capítulo 1, el impacto económico de las fiestas es típicamente expresado por variaciones de la siguiente simple fórmula:

Impacto económico de las fiestas = Número de participantes * Gasto promedio por participante * multiplicador

Esta fórmula contempla, como se ve, tres posibles pasos o módulos:

a. Cambio en el número y tipo de participantes en la fiesta de la localidad

Los estimativos o proyecciones de la demanda (en cuanto a número de participantes) generalmente se realizan con un modelo de demanda o con sistemas de medición de participantes en la fiesta como, por ejemplo, encuestas. Para ello se requiere de modelos econométricos si se trata de estimar con anticipación los efectos de la fiesta o de mediciones ex post realizadas a través de encuestas.

Es uno de los pasos más difíciles de la medición de impacto, por su complejidad y costo. Los esquemas que se diseñen deben poder identificar con claridad el número y el gasto de los participantes, y diferenciarlo del número y gasto de personas que viven en la región y no participan en la fiesta o que si participan su gasto durante la fiesta no conlleva a un incremento temporal de su nivel de gasto ordinario. Este paso es importante, pues el gasto de las familias que viven en la localidad puede simplemente configurar transferencias de ingresos entre familias.

b. Niveles promedios de gasto de los participantes en la fiesta

Las cifras de gasto promedio provienen de encuestas específicas realizadas para el estudio o son prestadas o adaptadas de otros estudios sobre la localidad o localidades similares. Para el caso de las encuestas, éstas deben realizarse sobre muestras representativas de la población de participantes, tomando en cuenta variaciones estacionales, tipos de participantes, categorías del gasto, entre otros factores. Es claro que el gasto promedio cambia de manera apreciable según el tipo de participante de que se trate. El tipo de participante en la fiesta debe definirse con mucho cuidado, recurriendo a un trabajo previo que permita identificar los diferentes segmentos participantes: visitantes sólo durante la noche, visitantes de día, según tipos de alojamiento y de transporte, viajeros de negocios, viajeros que asisten a convenciones, y/o residentes participantes, entre otros.

Al multiplicar el número de participantes en la fiesta, estimado o medido en el literal a, por el gasto promedio por participantes, estimado en el literal b, para cada segmento de visitantes, y/o de residente participante, se obtiene un estimativo del gasto total de los participantes en la fiesta local. Este gasto total da cuenta de lo que se llamó anteriormente efecto directo de la fiesta. Si se quieren estimar también los efectos secundarios (indirectos e inducidos) se debe recurrir a los multiplicadores.

c. Modelo local o regional o un conjunto de multiplicadores extraídos de modelos de insumo-producto

Los efectos secundarios del gasto de los participantes en una fiesta son usualmente estimados recurriendo al uso de modelos económicos de la localidad o a multiplicadores obtenidos de un modelo de insumo-producto de la economía local o regional. En muchos casos los multiplicadores son prestados o ajustados de estudios de insumo-producto realizados en otras localidades o en otros estudios de la misma localidad. Esto representa un riesgo pues, en general, entre más grande sea la localidad mayores serán los efectos multiplicadores y viceversa, pues

un mayor tamaño usualmente se revierte en una economía más diversificada. Si se decide aplicar un conjunto de multiplicadores regionales a una sola localidad, la posibilidad de obtener una sobrevaluación de los efectos económicos secundarios es muy alta. También, por supuesto, deben esperarse resultados no muy precisos aún si se toman multiplicadores de localidades de tamaño similar, si las estructuras económicas de las dos ciudades son muy diferentes.

Como se dijo, los multiplicadores del gasto pueden referirse tanto al ingreso generado como al número de empleos creados o mantenidos, al monto de los impuestos nuevos, entre otras variables de interés. Un multiplicador simplemente es un índice o cociente que relaciona el monto del gasto con el monto total de ingresos o impuestos generados o con el número de nuevos empleos obtenidos o de empleos existentes mantenidos.

3.5 Enfoques para estimar el impacto económico de las fiestas

En cada ocasión en que un investigador, o un consultor estén diseñando un estudio de impacto económico de una fiesta, deben tener en cuenta una estrategia metodológica que aproveche al máximo la información existente y que concilie la búsqueda u obtención de nueva información con el costo de obtenerla.

Por lo tanto, existen muchos enfoques para realizar un estudio de impacto, que suelen combinar diferentes metodologías con variados niveles de precisión, desde el simple juicio de expertos que estiman, con su experiencia y conocimiento, el número aproximado de participantes, el gasto promedio de cada uno y el efecto de dicho gasto sobre el ingreso, el empleo y los impuestos, hasta el estudio que trabaja con cifras primarias obtenidas mediante en-

Los efectos multiplicadores del gasto de los participantes en una fiesta

Un modelo económico de una localidad o un modelo de insumo-producto, son construcciones matemáticas que describen a grandes rasgos los flujos de dinero entre los diferentes sectores y agentes económicos de la economía local. Los modelos de insumo-producto estiman lo que cada industria debe adquirir de cada una de las otras industrias, y los pagos que debe realizar en salarios, dividendos e impuestos, para producir una unidad de valor (pesos, dólares, bolívares, etc.) de un producto. Los modelos también estiman la propensión de la localidad (empresas y familias) a exportar o a importar bienes y servicios a otras regiones o países. Entre mayor sea la propensión a exportar o a comprar localmente, mayores serán los multiplicadores que se se pretenden estimar.¹

En la literatura especializada sobre insumo-producto se distinguen dos tipos de multiplicadores, dependiendo de cuál tipo de efecto secundario es incluido (indirecto o inducido). Ejemplo de multiplicadores de ingreso y empleo, respecto a ventas:

- Multiplicador de ingreso tipo I = (ingreso directo + ingreso indirecto) / ventas directas
- Multiplicador de ingreso tipo II = (ingreso directo + ingreso indirecto + ingreso inducido) / ventas directas
- Multiplicador de empleo tipo I = (empleo directo + empleo indirecto) / ventas directas
- Multiplicador de empleo tipo II = (empleo directo + empleo indirecto + empleo inducido) / ventas directas

Vale la pena recordar que se pueden estimar, con la ayuda de los multiplicadores, no sólo efectos agregados del gasto de los participantes, sino también el efecto del mismo por sectores de actividad como, por ejemplo, sobre la industria hotelera o sobre la del comercio al detal. Igualmente, los multiplicadores agregados responden a una estructura o distribución específica del gasto de los participantes al interior de un área o localidad determinada.

¹ Para una mayor información del análisis de Insumo-Producto ver, entre muchas otras fuentes: S. Hastings, y S. Brucker, *An Introduction to Regional Input-Output Analysis*, 1994, pág. 1; I. Sohn, ed. *Readings in Input-Output Analysis - Theory and Applications*, New York, Oxford University Press, 1986. También la página de la Internet de la División de Planeación de Aguas del estado de Nevada (Nevada Division of Water Planning) (USA).

cuestas y con modelos económicos específicos de la localidad. Por supuesto, el costo de los estudios es mayor entre mayor sea la precisión y complejidad que se desee (Cuadro 10).

Los dos principales metodologías que se pueden identificar actualmente son la de encuestas directas a los participantes y la recolección de información directamente de las empresas y negocios (enfoque 4 del cuadro 10) y, la llamada metodología satélite de turismo, la cual utiliza cifras secundarias que se recolectan de manera sistemática desde hace mucho tiempo o recientemente acerca de la actividad económica de sectores relacionados con el turismo, aunque por ahora con una cobertura más nacional que local. La metodología satélite podría incluirse en aquella que ofrece estimaciones de gasto promedio por turista a nivel nacional, número de turistas por medio de transporte y puerto o aeropuerto de llegada y estimaciones insumo-producto para todo un país o para regiones extensas específicas. Podría

asimilarse a los enfoques 2 y 3 que se incluyen en el cuadro mencionado.

En cualquier caso, se insiste, estas metodologías, usualmente se utilizan en forma complementaria con el objeto de reducir costos y tiempo.

3.5.1 Metodología de encuestas a los participantes

En esta metodología se estima el impacto de las fiestas por medio de encuestas aplicadas a los participantes para estimar su número y sus patrones de gasto. El volumen de participantes se considera mediante recolección de información en los principales sitios de visita, transporte o alojamiento. El gasto promedio de los participantes requiere de la utilización de encuestas a las familias o grupos de visitantes, realizadas ya sea en los sitios de llegada o en los de salida, o en los de entrada o salida de los eventos de la fiesta.

Cuadro 10
Enfoques para evaluar el impacto económico de las fiestas

Nivel de precisión	Actividad de los participantes	Gasto de los participantes	Multiplicadores
1. Juicio de expertos	Juicio de los expertos para estimar el número de participantes	Juicio de los expertos con un «enfoque de ingeniería»*	Juicio de los expertos para estimar los multiplicadores
2. Fuentes de información secundaria en forma agregada	Existe una contabilización del número de participantes en la localidad o estimaciones según resultados de otros años o de fiestas similares	Utilización o ajuste de promedios de gasto de estudios de una localidad similar	Utilización o ajuste de multiplicadores agregados del gasto de los participantes de una región / localidad similar
3. Fuentes de información secundaria en forma desagregada	Estimación del número de participantes por segmentos o revisión y utilización de los estimativos por segmentos de otra área o localidad	Ajuste del gasto que está desagregado dentro de categorías y segmentos de gasto particulares	Utilización de multiplicadores específicos para sectores, de fuentes secundarias publicadas
4. Cifras primarias de encuestas y modelos	Encuestas para estimar el número de participantes por segmento o la utilización de un modelo de demanda de la localidad	Encuesta aleatoria de una muestra de Participantes, o de los negocios y eventos que atienden directamente al participante, para estimar el gasto promedio por segmento y categoría de gasto	Utilización de un modelo Insumo-Producto de la economía local

Fuente: Adaptado de Daniel J. Stynes, *Economic Impacts of Tourism*, 1998, Michigan State University
Nota: * Calcular el costo de un «viaje» típico desagregando el costo total en sus más probables costos para cada insumo

Las estimaciones del gasto de los participantes pueden traducirse en generación de ingresos y creación de puestos de trabajo en una localidad mediante la utilización de multiplicadores y tasas (ratios) apropiadas. Este método es más recomendable para estimar el impacto de eventos particulares⁴² sobre la economía de una localidad, como es el caso de las fiestas.⁴³

Los multiplicadores de modelos insumo-producto pueden ser utilizados para convertir el gasto en ingresos y empleos, lo mismo que para capturar los impactos secundarios del gasto de los participantes.

3.5.2 Metodología satélite de turismo

Esta es una metodología de desarrollo relativamente reciente, que se utiliza para medir la importancia de la actividad turística principalmente a niveles regional y nacional. Usualmente no se utiliza, pero se puede usar no para estimar impactos económicos de eventos específicos sino para medir la contribución de la actividad turística en general a la economía de una región o nación.

Esta metodología surgió básicamente de una reorganización del sistema de cuentas nacionales con el objetivo de aprovechar la información allí existente, siendo complementada posteriormente con otras fuentes de información, de tal forma de obtener los objetivos de estimación que se estaban buscando.

Este método tiene la ventaja de que aprovecha información ya existente, lo cual reduce costos, pero la principal desventaja es que la información es muy agregada o no recolectada de manera consistente, además de que únicamente se refiere a los turistas y no a los residentes participantes. Esto hace que esta metodología sea difícil de aplicar a nivel de las localidades, para subcategorías de tipos de turistas o de gasto o allí donde no existen los turistas.

Igualmente, las cuentas satelitales de turismo son organizadas más alrededor de industrias o tipos de productos que de tipos de visitantes o turistas. Esto tiene como resultado que las cuentas satelitales no distinguen, por ejemplo, en cuanto a ventas de empresas de transporte, restaurantes y comercio al por menor, si las mismas son realizadas a visitantes o a residentes locales. Para obviar este problema se asumen participaciones de ventas a turistas, mediante encuestas realizadas con los mismos establecimientos o a turistas o a las familias. Por supuesto, estas participaciones pueden cambiar con el tiempo, la estación o con la localidad o región.

Finalmente, las cuentas satelitales de turismo usualmente son restringidas a los efectos directos del turismo, no a los efectos secundarios, aunque lógicamente, si se tiene la información de multiplicadores, se podrían utilizar para medir el impacto indirecto e inducido del gasto de los visitantes.

3.6 Definiciones del alcance y cobertura del estudio de impacto económico

En un estudio del impacto de una fiesta sobre la economía de una localidad deben hacerse definiciones que pueden estar condicionadas por el enfoque adoptado (costo y tiempo). Por supuesto la estimación debe cubrir toda la localidad y todo el tiempo que dure la preparación y la celebración de la fiesta.

En la recolección de la información debe comenzarse por definir el nivel de precisión que se desea del análisis. Por ejemplo, para estimar el número de participantes debe definirse si sólo se desea una cifra total, sin ninguna discriminación, o se quiere conocer el tipo de participantes que se presentan, con categorías tan diversas que pueden ubicarse en motivos del viaje o participación, duración del viaje, origen del viajero (regional, nacional o interna-

⁴² Enfoque *con o sin* más bien que enfoque *antes y después*

⁴³ Daniel J. Stynes, "Economic Impacts - Methods", <http://www.msu.edu/course/prt/840/econimpact/index.htm>, 2001.

cional) o si se desea discriminar entre visitantes o lugareños que generan el incremento en el gasto.

En el caso del gasto de los participantes, cada categoría de participante debe contemplar en forma desagregada los diferentes rubros de gasto que efectúan, destacándose gastos como alojamiento, alimentación, transporte, participación en tipos de eventos de la fiesta y compras varias, entre otras categorías de gasto. A su vez, debe poderse estimar el tipo de alojamiento seleccionado (hotel, hostel, residencia, casa de amigos o parientes, casa o apartamento propio, camping o ninguno por ser visitantes solo durante el día, etc.), el modo de transporte utilizado (aéreo, autobuses, barco, taxis, trenes, vehículo particular, etc.), la principal fuente de alimentación elegida (hoteles, restaurantes, preparación propia, etc.), el tipo de eventos o lugares de entretenimiento al que acuden (playas, bares, discotecas, museos, eventos públicos y actos principales de la fiesta, etc.) y el tipo de productos que compran con mayor asiduidad o de mayor costo en el comercio local.

Los estudios de impacto económico de las fiestas pueden ser reportados en términos del número de participantes, total y por tipo, del gasto de los participantes, por categoría de gasto y total, ventas y producción de las empresas, remuneración de los trabajadores, utilidades de las empresas, valores agregados y empleo de mano de obra. Usualmente, los efectos directos son los más importantes y son capturados por las cifras del gasto de los participantes. Modelos insumo-producto (o multiplicadores tomados de otros estudios) son necesarios únicamente si se está interesado en los efectos secundarios.

Las medidas de impacto preferidas son las de ingreso y valor agregado. El ingreso que fluye hacia la región, o se genera por el gasto incrementado de los residentes, es reflejado en los sueldos, salarios, rentas y utilidades generadas por el gasto de los participantes. El concepto de valor agregado, que simplemente es la suma del ingreso y los impuestos

indirectos generados por el evento, industria o actividad cuyo impacto se quiere estimar, es preferido por la mayoría de los economistas como la estimación de la contribución de una industria, actividad o evento a la economía de una región o localidad.

3.7 Estrategias para estimar el número de participantes y el gasto promedio de los mismos

3.7.1 Fuentes secundarias de información

Existen varias fuentes de información que pueden ser aprovechadas para estimar, de manera aproximada, el número de participantes en una fiesta y el gasto que realizan en la misma.⁴⁴

Estas fuentes son, entre otras, las siguientes:

- Información sobre impuestos a los hoteles.
- Información sobre inventario de habitaciones, camas y tasas de ocupación de los hoteles.
- Cifras de número de asistentes a algunos de los espectáculos públicos que se presentan durante la fiesta, además de obtener información sobre el valor de la taquilla directamente o a través de las oficinas de impuestos municipales, cuando la mayoría de los espectáculos públicos pagan impuestos.
- Información de empresas aéreas y aeropuertos, de empresas de buses y terminales de buses, de empresas de trenes y estaciones, de empresas navieras y empresas administradoras de puertos, etc. Alternativamente, de entidades nacionales o locales responsables de vigilar las empresas de transporte y los puertos de entrada y salida.
- Cifras del número de vehículos de dos ejes que transitan por las carreteras antes, durante y después de la fiesta.
- Centros de información a participantes en las oficinas locales responsables de orientar a los mismos.

44 Julie Leones y Douglas Dunn, *Strategies for Monitoring Tourism in Your Community's Economy*, Arizona Cooperative Extension University of Arizona,

<http://ag.arizona.edu/pubs/marketing/az1113/>, 1999

- Estudios de otras localidades.
- Estudios e información de niveles regionales y nacionales.

Para muchas de estas fuentes no será factible separar el número de visitantes que llegan a la ciudad por la fiesta o por razones diferentes, como negocios o simplemente a visitar parientes o amigos. Debido a ello, es importante tratar de obtener cifras de visitantes para todo el año, y para varios años, de tal forma de poder estimar el incremento en las visitas que pueda asignarse a la fiesta. Las encuestas a visitantes, en sitios de entrada o salida de la población, son una forma igualmente válida para ajustar las cifras totales de participantes.

Un punto también importante a la hora de contar el número de participantes en una fiesta es la distinción entre los visitantes puros (que residen permanentemente en otras localidades, regiones o países) y aquellos que podrían llamarse residentes estacionales, es decir, personas o familias que viven en otras localidades pero que disponen de propiedades en la localidad donde se realiza la fiesta y acuden generalmente todos los años a disfrutar de la fiesta. Una posición al respecto es la de tratar este grupo de residentes estacionales como turistas, dado que posiblemente posean bienes en la localidad justamente por sus atractivos, entre ellos la fiesta, además de que sus gastos con toda seguridad representan nuevo flujo de dinero para la localidad.

Otro aspecto que debe ser tenido en cuenta al obtener información de diferentes fuentes consiste en que algunas de ellas pueden tener información duplicada de algunos de los participantes, como es el caso de una persona que acude a una fiesta con su familia, llega por avión, se aloja en un hotel y asiste a más de un espectáculo público. Siempre serán necesarias las encuestas, además de la información de las fuentes secundarias mencionadas, para estimar el número de participantes y su gasto promedio.

a. Hoteles

Los hoteles son un buen lugar para recolectar información sobre visitantes. Para empezar, en la mayoría de las localidades los hoteles pagan impuestos

de consumo, de ventas o de valor agregado por las piezas arrendadas o los visitantes. Además, existe una importante información pública sobre la actividad hotelera, como número de cuartos disponibles y tasas de ocupación de los mismos.

Impuestos

Si se conoce la tasa del impuesto y se dispone del total recaudado, se puede estimar con alguna precisión el total gastado en alojamiento en hoteles. Por supuesto, al poder disponer de este tipo de información a través del tiempo, se puede calcular el incremento en alojamiento con ocasión de la fiesta. En este cálculo es necesario conocer si las tarifas han cambiado durante el año.

La factibilidad de utilizar dichas cifras depende, por supuesto, de la manera en que las autoridades las organicen y reporten. Es conveniente hacer una visita a la autoridad competente para conocer la disponibilidad y analizar la posibilidad de que las cifras sean utilizables.

Existen también excepciones a los impuestos que deben ser estudiadas para poder ajustar las cifras disponibles. En algunas ocasiones se exceptúan del pago del impuesto a aquellas personas cuya estadía excede un número de días. Si no es posible ajustar las cifras, se debe ser consciente de que los resultados posiblemente subestimen la realidad. También se debe estudiar si algunos de los hoteles están ubicados en localidades muy próximas a la localidad que realiza la fiesta y son aprovechados por los visitantes por razones de costo u otros motivos. Las cifras de ocupación de estos hoteles no estarían incluidas en las estimaciones que se realicen con las cifras de la oficina local de impuestos.

Inventario sobre número de habitaciones e información sobre tasas de ocupación

Una información útil e importante es la del número de hoteles y demás sitios de alojamiento que existen en la ciudad, además del número de cuartos que ofrecen y las tarifas que cargan por sus servicios. La oficina local de turismo, u otra dependencia local o nacional, puede disponer de esta

información y, también, de las tasas de ocupación de los hoteles. Si el número de hoteles no es muy grande, los mismos administradores de los hoteles podrían suministrar la información anterior. A los administradores se les debe prometer el manejo confidencial de la información y la certidumbre de que ninguna cifra por empresa se publicará en el informe del estudio.

Como en el caso de los impuestos, con la anterior información a través del tiempo se podrá hacer un seguimiento sobre la oferta de cuartos para arrendar en la localidad y la ocupación de los mismos durante al año y, especialmente, durante el período de la fiesta. Al dividir el total estimado de gasto en los hoteles, del ejercicio con los impuestos, por el número de noches de ocupación de los cuartos (cuartos-noches), se puede estimar la tarifa promedio por cuarto-noche sobre el tiempo, como un cálculo de consistencia de la información.

La oferta de habitaciones multiplicada por el número de noches que dura la fiesta estima la oferta total de cuartos-noche durante la celebración. Al conocer la oferta y la tasa de ocupación, se puede estimar el número de cuartos-noche utilizados durante la fiesta, es decir, la demanda.

b. Número de asistentes y taquilla de espectáculos públicos con motivo de la fiesta

Una proporción no conocida de las atracciones de la fiesta puede realizarse como espectáculos públicos en los cuales se cobra una tarifa de entrada o, si es gratis, se contabiliza el número de asistentes. En la mayoría de estos espectáculos donde se cobra por la entrada existen tarifas de impuestos, generalmente de carácter local, aunque no siempre.

Como en el caso de los hoteles, al conocer la tarifa de impuestos y el total recaudado, se puede hacer alguna estimación sobre el valor de la taquilla y el número de personas que asistieron. Como en el caso de los hoteles, pueden existir más de una excepción al pago de la tarifa, por causa de boletas de entrada que se asignan a funcionarios públicos o a personalidades de la localidad.

Las encuestas son mecanismos complementarios de la información de taquilla debido a la necesidad de separar los participantes por tipo. De allí la necesidad de complementar las cifras de taquilla con encuestas en la entrada o salida de los espectáculos o tener algún estimativo confiable de las autoridades o administradores de los espectáculos acerca del número y tipo de visitantes que acuden a disfrutarlos.

Otro problema con las cifras de asistentes a los espectáculos públicos es la de que muchos participantes acuden a más de uno. Esto refuerza la necesidad de las encuestas que informen sobre el número promedio y la identificación de las atracciones o espectáculos visitados. Nuevamente, no todos los visitantes turistas a la fiesta local asistirán a los espectáculos públicos, algunos estarán en la ciudad en negocios o visitando parientes o amigos, otros sólo asistirán a los espectáculos callejeros, gratis en su mayoría, o a sitios de baile, comida o bebida.

Respecto a los espectáculos públicos sobre los cuales no se cobra o son realizados en las calles, es difícil tener información confiable acerca del número de personas que asisten y el origen y tipo de las mismas. Una posible fuente son las autoridades de policía, especializadas en controlar multitudes y en contarlas de manera muy aproximada. Naturalmente, la utilidad de estas cifras depende de las circunstancias y experiencia de la policía en realizar este tipo de estimaciones. Puede presentarse el caso de que el espectáculo público sea presenciado por un número mayor del que se puede observar en un momento dado, si existe alguna rotación de los espectadores, como cuando el espectáculo dura más de una o dos horas.

Una fuente de información que puede ser utilizada para recolectar cifras acerca de los participantes son los centros de información para turistas. En estos centros podría aprovecharse para hacer no solamente un conteo de los que se acercan a solicitar información sino también unas muy pocas preguntas, tales como de dónde vienen, cuántos días va a permanecer y cuántas personas componen el grupo. Si se les ofrece algún estímulo, podrían estar dispuestos a contestar formularios con más preguntas.

c. Información de participantes de acuerdo al medio de transporte utilizado

La mayor parte de los participantes que son visitantes a una fiesta local utilizan algún medio de transporte para acceder a la celebración. Los principales medios de transporte posiblemente sean los aviones, los autobuses, los vehículos particulares, las embarcaciones fluviales o marítimas y los trenes.

Sobre estos medios de transporte existe información en muchos países, tanto por tipo de transporte como por localidad, aunque esta última información no siempre está disponible.⁴⁵ La información es posible de obtener en las entidades públicas responsables del control o en las entidades (públicas o privadas) responsables de administrar el servicio en las ciudades, tales como los administradores de aeropuertos, puertos marítimos, estaciones de autobuses y estaciones de trenes.

En estas fuentes de información puede ser posible obtener el número de visitantes durante un período de tiempo que incluya rangos de información de antes, durante y después de la fiesta, ojalá información anual para varios años.

Más difícil puede ser obtener información sobre el valor pagado por los viajeros para acceder a la fiesta de la localidad y existe también el problema, como en el caso de los hoteles, que no todos los viajeros acuden a la localidad con motivo de la fiesta.

Es posible calcular el monto aproximado pagado por los viajeros si se dispone de tarifas promedios, o si, como en el caso de los hoteles, existe un impuesto (al consumo, a las ventas o al valor agregado) que deba ser pagado por los usuarios. Conociendo el nivel de la tarifa de impuesto y el monto recaudado, puede ser posible estimar el valor pagado por los viajeros. Otras fuentes de información de las empresas son, como se dijo, las entidades de

control y las empresas administradoras de los centros de llegada y salida.

También sería posible estimar, para un periodo de un año y posiblemente de manera trimestral, por ejemplo, las tarifas promedias de las principales empresas de transporte, si se dispone de la información de ingresos operacionales y número de pasajeros transportados. Estas cifras de ingresos operacionales pueden encontrarse en los estados de operación financieros de las empresas, en ocasiones disponibles públicamente.

En algunos casos, se obtiene la información en forma separada para visitantes nacionales y visitantes extranjeros, como son los casos del transporte aéreo y el transporte por agua (cabotaje versus internacional, marítimo versus fluvial). Es conveniente advertir que, en algunos casos de localidades de algún tamaño, no todos los viajeros que llegan por aire o mar tienen como objetivo visitar la ciudad por la que entraron al país o a la región; en algunas ocasiones sólo están aprovechando las ventajas de acceso que tiene respecto a las del verdadero destino final.

d. Información de otros estudios

A pesar de que las características de los participantes y su nivel de gasto difieren entre las diferentes comunidades, algo se puede aprender de la lectura de estudios de otras localidades, principalmente de aquellas que presentan características similares a las de la localidad propia.

En dichos estudios de otras localidades se analizan elementos como la edad, el nivel de educación e ingresos de los diferentes tipos de participantes. También se puede aprender cuánto gastan y cuánto tiempo permanecen en promedio o si son principalmente visitantes de un día o de varios días; de dónde proceden principalmente; en qué tipo de aloja-

⁴⁵ Para el caso del transporte aéreo existe, en algunos países, por ejemplo, información del número de vuelos y pasajeros transportados por ruta, es decir,

entre diferentes pares de ciudades nacionales y extranjeras, en la cual puede estar incluida la localidad que se quiera estudiar

miento se hospedan; por qué medios llegan a la localidad; de dónde vienen principalmente; si son residentes cuyo gasto promedio se ha incrementado durante la fiesta debido a la financiación externa (a la localidad) o que han trabajado horas extras o que aumentaron su tasa de ahorro para financiar las inversiones necesarias para la fiesta: qué tipo de atracciones o servicios esperan encontrar, entre otras muchas características que pueden ser de interés, sobre todo si se trata de otra localidad que no está muy distante o que presenta facetas que de alguna forma pueden atraer al mismo tipo de participantes.

Por supuesto, dependiendo del alcance de la fiesta (local, regional, nacional, internacional), es muy importante conocer las diferentes características de las corrientes turísticas que acuden a las fiestas. En los estudios pueden encontrarse tendencias del turismo mundial que puedan ser explotadas por los organizadores de la fiesta en la medida que la localidad posea atractivos que estén acorde con dichas tendencias. Este es el caso del ecoturismo y del turismo cultural, los cuales han tenido un importante crecimiento en el mundo.

3.7.2 Información primaria

Una parte importante de la información que se requiere para realizar un estudio del impacto económico de una fiesta debe recolectarse directamente por medio de encuestas.

El diseño de las encuestas debe partir también de la búsqueda de respuestas a las mismas preguntas que se plantean en la sección 3.2, donde se pregunta acerca del monto del gasto de los participantes y sus efectos sobre los ingresos, empleos e impuestos de la localidad donde se celebra la fiesta.

La preparación de las encuestas debe tener algunas consideraciones preliminares, en las cuales se definen aspectos vitales como la delimitación precisa del ámbito geográfico de la fiesta (local o regional,

por ejemplo), las unidades en que se van a medir los participantes y su gasto, las categorías de gasto que se deben investigar, la unidad de análisis, la clasificación de los participantes por tipo y el diseño y las estrategias de aplicación de las mismas encuestas, además, claro está de aspectos de representatividad estadística que no se discutirán aquí.⁴⁶

Un aspecto importante a definir es el momento más propicio para realizar las encuestas. Se considera, de acuerdo a la experiencia internacional, que las encuestas deben realizarse al momento en que los visitantes van a salir de la localidad y no al momento de la entrada o durante la fiesta, no sólo porque en ese momento están más dispuestos a contestar preguntas sino también porque las contestarán con base en hechos cumplidos y no en presupuestos o expectativas. Para el caso de los residentes debe seleccionarse el momento respecto a la entrada o salida de los eventos constitutivos de la fiesta, en los cuales también puede entrevistarse a los turistas.

a. Ámbito geográfico y temporal de la fiesta

Este punto parece obvio pero en ocasiones la fiesta puede tener una connotación regional más que local, en la que estén involucradas varias poblaciones, sobre todo cuando se trata de una serie de pequeñas poblaciones ubicadas alrededor de una gran ciudad que realiza la fiesta. Puede ocurrir que existan poblaciones vecinas de igual tamaño que participan todas de la fiesta o perciben todos sus beneficios.

Esto es importante a la hora de las encuestas sobre gasto, pues del total del presupuesto de una familia participante para acudir a una fiesta, una parte se gasta en localidades diferentes, como en restaurantes en el camino, pasajes de transporte, peajes, combustible para los vehículos, entre otros gastos.

En una encuesta, puede ser importante la precisión con la cual se define o acota la localidad o región. Algunos podrían utilizar mapas, pero de pron-

⁴⁶ Daniel J. Stynes, *Guidelines for Measuring Visitor Spending*, Michigan State University, 1999.

to es preferible utilizar alguna convención, como "a partir de tal peaje", o "en un radio de 20 o 30 kilómetros alrededor de la ciudad", debido a las dificultades de interpretar los mapas. Las personas que diseñen la encuesta, y las que la apliquen, deben conocer muy bien la región y ser capaces de delimitar, ante los encuestados, el ámbito de lo que se considera la localidad o la región de interés para la medición de impacto.

Igualmente, es importante precisar el tiempo de duración de la fiesta durante el cual se anotarán los gastos de los participantes. Las fechas de inicio y terminación deben quedar claramente establecidas en las entrevistas pues puede presentarse el caso de participantes que lleguen con anticipación a la fiesta, con otros motivos, o inclusive, visitantes que prolonguen su estadia por un tiempo más allá del de terminación de la fiesta. Los gastos que se deben registrar como generados por la fiesta son los que estarían incluidos en las fechas de inicio y finalización, a menos que las otras actividades que esté realizando el participantes, antes y después de la fiesta, no se hubieran realizado si no se produce la fiesta.

b. Manejo de las cifras de participantes

Es importante que las unidades en que se mida el número de participantes y el gasto promedio por participantes sean consistentes, de tal forma que se puedan multiplicar entre sí para determinar el gasto total de los participantes. Este es el caso cuando sólo se pregunta sobre el gasto total incurrido al participar en la fiesta pero no se identifica la cantidad de personas que componen cada grupo de participantes y la duración de la estadia o participación.⁴⁷

Si se incluyen en las encuestas preguntas adicionales que ofrezcan información de este tipo, la información de gasto puede presentarse en formas alternativas de gasto por persona, por grupo, por viaje o por noche.

47 Se define como grupo al integrado por todas las personas que llegan a la localidad en el mismo vehículo o permanecen juntas en el mismo cuarto de hotel o en la

misma casa propia, alquilada o de parientes o amigos. La duración del viaje se mide desde que la persona o grupo salen de sus lugares permanentes de origen

Problemas similares se enfrentan cuando no se identifica claramente entre participantes que van a disfrutar de la fiesta y aquéllos que asisten a una convención o a una cita de negocios. O se cuentan como participantes nuevos las visitas repetidas de pobladores de localidades vecinas.

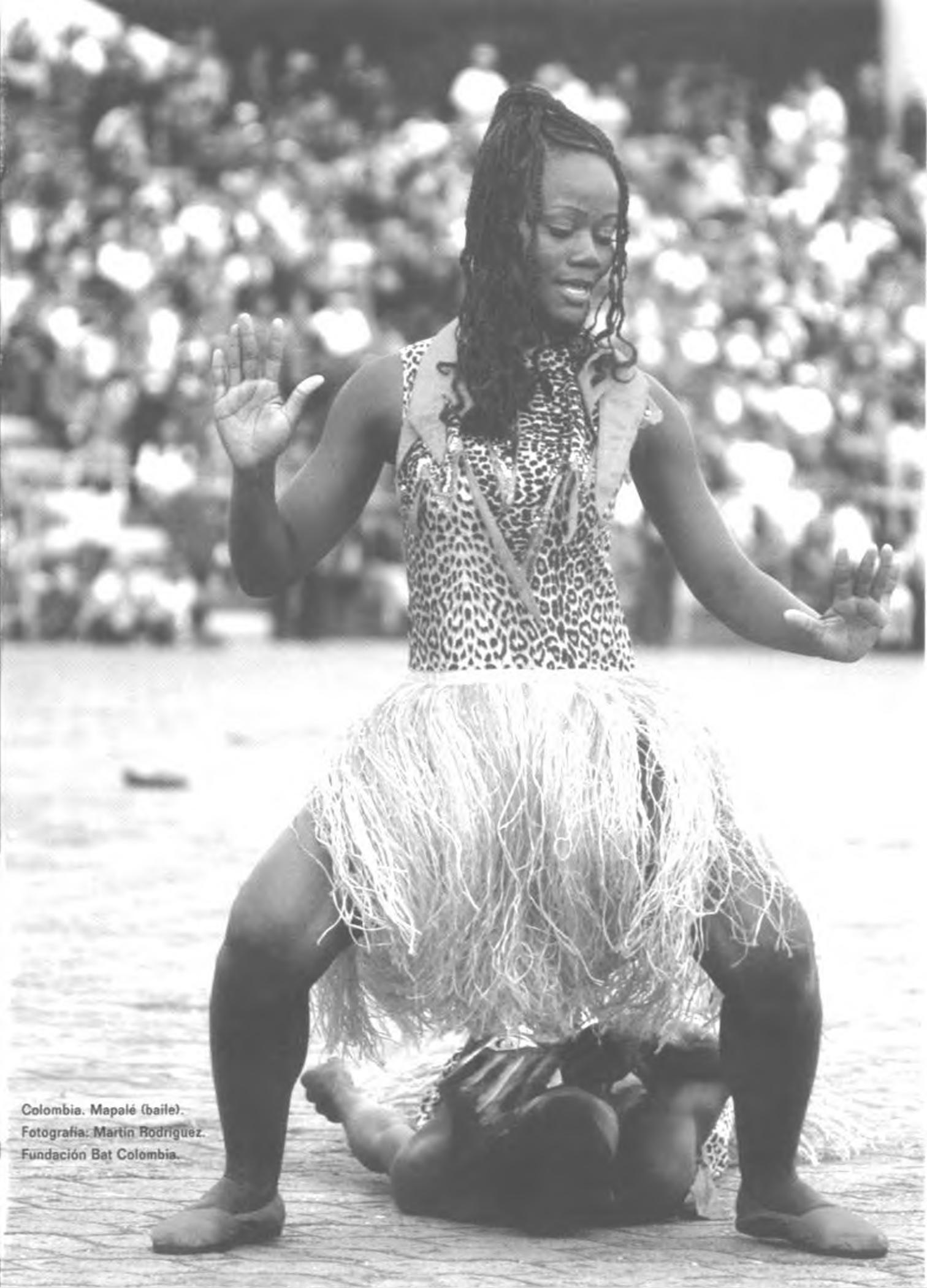
c. Categorías del gasto

La desagregación del gasto de los participantes por categorías permite no sólo tener un cuadro más completo del gasto que ocurre con motivo de una fiesta sino también estimar el impacto económico de dicho gasto de forma sectorial. lo cual permite, a su vez, utilizar modelos económicos regionales o locales, tipo insumo-producto (necesariamente sectorializados), para calcular los llamados efectos secundarios del gasto de los participantes. Además, cuando se requiere de una mayor desagregación, el entrevistado provee de estimativos más precisos, al facilitarle dividir su estimativo global en categorías de gasto que le son familiares.

Naturalmente, el tipo y número de categorías de gasto a utilizar dependerá de los propósitos y alcance del estudio. Unas categorías mínimas podrían ser las siguientes:

- Alojamiento, distinguiendo entre hoteles y similares, casas propias o de amigos o parientes, visita únicamente durante el día sin alojamiento, etc.
- Alimentos y bebidas, dividiendo entre restaurantes y tiendas y supermercados.
- Transporte, con sus diversas variedades: avión, autobús, tren, barco, vehículo particular, taxi, etc. Aquí se pueden incluir otros gastos relacionados con el transporte como combustibles, peajes, reparaciones, partes y repuestos adquiridos.
- Gastos en recreación y entretenimiento, no directamente relacionados con la fiesta pero sí coincidentes en el tiempo, indicando algunas

hacia la localidad donde se realiza la fiesta, hasta que regresan a dichos lugares de origen, o la duración de la participación, en el caso de residentes.



Colombia. Mapalé (baile).
Fotografía: Martín Rodríguez.
Fundación Bat Colombia.

categorías como discotecas, sitios de juegos de azar, espectáculos musicales, etc.

- Gastos en eventos directamente relacionados con la fiesta, como desfiles, comparsas, espectáculos musicales, obras de teatro o de cine, etc.
- Recuerdos (*souvenirs*) y otras compras al por menor.

Como se mencionó, el nivel de desagregación seleccionado debe responder a las características de la fiesta (qué ofrece) y a la estructura económica de la región y localidad, incluyendo la naturaleza de sus atractivos. Por ejemplo, en algunas circunstancias debería abrirse una categoría dedicada a las artesanías; en otras, a viajes para conocer determinadas zonas históricas de alto valor cultural o a disfrutar de mar y playas; es posible que para el caso de pequeñas poblaciones sea de interés el gasto en artesanías y productos agropecuarios.

También es conveniente tener en cuenta, a la hora de crear categorías de gasto, que éstas sean consistentes con los criterios usuales utilizados en las clasificaciones económicas, separando, por ejemplo, restaurantes de alimentos comprados en tiendas o supermercados, bienes de servicios, entre otras distinciones. En ocasiones, en pequeñas o medianas poblaciones, las empresas de bebidas suelen ser promotores importantes de la fiesta: esto hace necesario separar el rubro de alimentos del de bebidas.

También puede ser necesario separar, por ejemplo, el gasto que se hace durante el trayecto o viaje a la localidad del gasto que se realiza dentro de la localidad o aclarar, por ejemplo, si una parte del gasto en transporte, alimentación y alojamiento fue prepagada y dichos dineros no entrarán a la región sino que se quedan en la ciudad de origen.

Igualmente, es necesario distinguir entre un análisis de impacto y un análisis que algunos llaman de

“significancia”.⁴⁸ En el primer caso se otorgaría mayor importancia tanto a los participantes como al tipo de gasto que suelen realizar. En el segundo caso, lo que interesa es documentar el gasto total asociado con un sector o actividad.

En cualquier evento, las categorías de gasto deben responder a los objetivos del estudio.

d. Residentes locales y visitantes

Cuando se tiene la certeza, en fiestas en que participan tanto visitantes como residentes, de que el gasto de los residentes en la fiesta no corresponde a un incremento en el gasto promedio, a la utilización de horas extras de trabajo de los mismos o a un cambio en su comportamiento respecto a las tasas de ahorro-inversión, es importante separar el gasto de los residentes de la localidad del efectuado por los no residentes, que en este caso corresponden a los que se ha denominado en este estudio como visitantes o turistas. Esto es importante, pues únicamente el gasto de los visitantes puede ser considerado en este caso como “nuevo dinero” que entra a la región o localidad.

El gasto de los residentes, en este caso, no representa nuevo gasto pues posiblemente se gastaría en la región de todas formas. Como también se mencionó, los llamados residentes estacionales, es decir, aquellos residentes permanentes de otras áreas, que poseen viviendas o alojamientos propios en la localidad donde se realiza la fiesta, y las cuales ocupan únicamente por temporadas, deben ser tratados como visitantes, pero, a ser posible, su información debe separarse de la del resto de visitantes.

Otras dos razones para separar, en todos los casos, la información de visitantes de la de los residentes son las de tener diferentes patrones de consumo y la menor tasa de respuesta de los residentes a las encuestas, encontrada en algunos países.⁴⁹

⁴⁸ Strynes, *op. cit.* pág. 9.

⁴⁹ *Ibid*

Sin embargo, no hay que olvidar, a la hora de tener en cuenta el gasto de los residentes, si de lo que se trata, como se mencionó anteriormente, es de estimar el gasto por sectores de actividad (enfoque de *significancia*) y no únicamente el gasto que representa "nuevo dinero" en la localidad, es decir, un análisis de impacto.

e. Estrategias de segmentación

Si una localidad está interesada en emprender una estrategia de promoción o mercadeo de su fiesta, debe tener un conocimiento mínimo del tipo de participantes que acuden a dicha celebración. Esto sugiere que la información de los participantes debe ser segmentada, es decir, dividida por tipo de participante, sobretodo considerando que los patrones de gasto usualmente son diferentes entre los varios grupos en que puede ser dividida una población, dependiendo también de los objetivos de la participación.

La segmentación de los participantes también permite realizar comparaciones entre regiones o localidades y facilita el "prestar" de otros estudios algunos índices o indicadores. Igualmente, la segmentación hace más eficiente el diseño de muestras para la realización de encuestas a los participantes, concentrando inclusive las mayores muestras en los grupos de más alto gasto pues, en ocasiones, la mayor parte del gasto es realizada por un porcentaje menor de participantes.

Lo importante, a la hora de separar la población en segmentos, es que los mismos tengan patrones diferentes de gasto, sea posible aplicar sobre ellos estrategias específicas de mercadeo o administración (atención al participante) y sean claramente identificables dentro del conjunto de los participantes.

Un ejemplo de segmentación puede ser el siguiente:⁵⁰

- Residentes locales y visitantes de fuera de la región o localidad.
- Visitantes que pernoctan en la localidad y visitantes que únicamente llegan a ella durante el día.
- Segmentos definidos por el tipo de alojamiento (hotel, casas propias o de amigos y parientes, camping, piezas de alquiler, etc).
- Segmentos definidos por el medio de transporte utilizado (avión, tren, barco, autobús, vehículo particular, taxis, etc.).

Estos segmentos pueden combinarse, a su vez, para obtener otros muchos:

- Participantes locales únicamente durante el día.
- Participantes durante el día, provenientes de fuera del área.
- Visitantes que pernoctan en hoteles.
- Visitantes que pernoctan en casas de amigos o parientes y que llegan a la ciudad en autobús.
- Visitantes estacionales (alojamiento propio) que llegan a la ciudad en vehículo propio o en avión, etc.

Como en el caso de las categorías de gasto, el grado de segmentación de los participantes debe responder a las necesidades y condiciones de cada estudio. No es de descartar que deba hacerse una segmentación por grupos socioeconómicos, por tipo de actividad preferida (entre las principales ofrecidas por la fiesta). Debe ser posible, en todo caso, alinear, para cada segmento, el número de personas o participantes con el gasto promedio de cada una.

Así, el gasto total en una localidad, por categoría de gasto respondería a la siguiente ecuación:

$$S_j = N \cdot \sum_{i=1}^m M_i \cdot s_{ij} \quad (1)$$

⁵⁰ *Ibid*

donde

S_j = gasto total dentro de la región en la categoría de gasto j , con $j = 1, 2, \dots, j$.

N = número total de participantes.

m = número de segmentos.

M_i = participación del segmento de participantes i en el total de la categoría de gasto respectiva (visitas en el caso de turistas), $i = 1, 2, \dots, m$.

S_{ij} = gasto promedio de un miembro del segmento i en la categoría de gasto j .

Esta ecuación también puede expresarse en forma de matrices:

$$S = N \cdot s \cdot M \quad (2)$$

Donde, nuevamente, las letras tienen los mismos significados anteriores, siendo N un número entero. S y M vectores columna y s una matriz de $m \cdot j$ coeficientes.

De tal forma que un cambio en la composición de la participación de los segmentos de participantes (M), conservando cada segmento su propio índice de gasto por categoría (s), afecta el gasto total (S) en cada categoría de gasto. Así, por ejemplo, si para un año específico disminuyen los participantes que suelen acudir en avión (una disminución en su participación, M participantes-avión, en el total de participantes N), el gasto total en determinadas categorías (hoteles, por ejemplo), se vería negativamente afectado. De la misma manera, puede ser posible estimar el aumento (o disminución) en el gasto en una categoría específica si se realiza una promoción o publicidad para que las personas que usualmente viajan en vehículo propio lo hagan por avión.

Volviendo a la ecuación (1), allí se identifican los tres componentes de información básicos para estimar el gasto de los participantes: El número de participantes, la composición porcentual de los participantes por segmentos y, los perfiles de gasto de cada segmento.

Como se mencionó anteriormente, la información del número de participantes debe venir de un mo-

delo de demanda, del buen juicio de los expertos o de un registro de los mismos.

Así mismo, la participación de cada segmento en el número total de participantes es un resultado de la clasificación de los registros totales, de encuestas que permitan clasificar a los visitantes en los hoteles, en los sitios de llegada a la ciudad, en los puestos de información, en los sitios donde se ofrecen espectáculos públicos, entre otras instancias o momentos.

Igualmente, los perfiles de gasto de cada segmento de participantes deben extraerse de encuestas directas a los participantes o tomadas, como se ha mencionado, de otros estudios de localidades o regiones que muestren patrones de fiesta y visitantes similares.

3.8 Alguna evidencia sobre el impacto de las fiestas en economías locales

Como parte del diseño de la presente metodología, se diseñó un formulario de carácter general para estimar el impacto económico de las fiestas en las economías locales y para conocer el tipo de políticas económicas existentes para apoyar, desde el Estado, este tipo de celebraciones.

Con estos formularios no se pretendía cubrir todos los aspectos de impacto económico de las fiestas, mencionados a lo largo de este capítulo, sino, más bien, presentar algunos rasgos generales de las mediciones existentes, si estaban disponibles o si se habían efectuado. En el Anexo 4.2 se incluye el formulario sobre impacto económico, con el instructivo correspondiente.

La conclusión que se extrae de las respuestas al formulario es la de que, en general, en la mayoría de los países latinoamericanos no se han efectuado estudios de impacto económico e, inclusive, no hay disponible información sobre los diferentes aspectos económicos de las fiestas. No es muy claro si, inclusive, los diferentes agentes que organizan y dirigen las fiestas mantienen algún tipo de información relevante para realizar estudios de impacto económico.

De todas las encuestas enviadas en los diferentes países, únicamente se pudo obtener información económica del Carnaval de Barranquilla en Colombia y de la fiesta de Los Zaragozas en Sanare, Venezuela.

3.8.1 Colombia - Barranquilla y su Carnaval

a. Aspectos generales de la ciudad y su Carnaval⁵¹

Barranquilla, capital del departamento del Atlántico, esta ubicada sobre la ribera occidental del río Magdalena, a pocos kilómetros de la desembocadura del mar Caribe. Su fundación ocurrió en 1629. La ciudad tiene alrededor de un millón trescientos sesenta mil habitantes y sus principales sectores de actividad son la industria manufacturera y metalmecánica, la producción de alimentos y bebidas, las confecciones y las sustancias químicas. Barranquilla es una de las cuatro más importantes ciudades de Colombia.

Barranquilla es una ciudad circundada por hermosos paisajes naturales, como el Canal del Dique, Bocas de Ceniza, sitio donde desemboca el río Magdalena en el mar Caribe, las Ciénagas de Luruaco y Totumo, con sus manglares: Puerto Colombia, con su muelle histórico y sus playas. Está situada a un poco más de media hora de Cartagena y Santa Marta y a escasos kilómetros de las mejores playas y balnearios de Colombia.

Las fiestas de carnaval, de origen europeo, fueron introducidas a América por los españoles y portugueses, hace más de un siglo cuando Barranquilla era una pequeña población. Para el año de 1899, se creó el cargo de Presidente del Carnaval y una Junta organizadora.

En 1903 se organizó la primera Batalla de las Flores por una propuesta de recuperar una tradición carnavalesca de años anteriores. En 1923, se

institucionaliza a partir de este año la era de los reinados, con la elección de la reina del carnaval. En el año 1967 se introduce un evento al carnaval, la -Gran parada- que se lleva a cabo el segundo día de carnaval (domingo). Para el año de 1974 se realiza la primera Guacherna, evento que rescató una tradición perdida: cumbiambas y tambores que en la noche alegraban los barrios de la ciudad.

Hoy se encuentran en el carnaval hechos consagrados por la tradición, como las danzas, cumbias, comedias, letanías y disfraces; al igual que nuevas y originales creaciones de otras comparsas y disfraces que tienen igual validez que las consagradas con el tiempo. De esta manera, a su Carnaval, además de lo propio, se le han ido agregando danzas, músicas y comportamientos festivos de toda la zona.

El espacio regional cultural *Carnaval de Barranquilla* fue declarado por Unesco como patrimonio de la humanidad.

Esta declaración estuvo basada en que el Carnaval de Barranquilla es una obra del genio creador humano porque es un espacio antropológico regional donde se expresan las manifestaciones culturales resultantes de la hibridación de las culturas dominadas – aborigen y africana– como forma de resistencia de esos pueblos a la pérdida de sus mitos, creencias y expresiones culturales frente a los impuestos por una cultura dominante (española). –Tal resistencia se manifestó en el sincretismo de los dioses y deidades de las culturas dominadas con los santos y divinidad de la religión católica (la dominante)–. Esta amalgama se expresa hoy en día en las danzas que le dan el carácter de ancestral, tradicional y popular al Carnaval de Barranquilla.

Durante los cuatro días que dura el Carnaval se realizan paralelamente otros eventos, destacándose los siguientes:

- Feria Artesanal y Folclórica

⁵¹ Adaptado de <http://www.alcaldiabarranquilla.gov.co/carnaval.asp>

- Festival Internacional de Cuenteros
- Barranquijazz
- Festival de Arte Estudiantil
- Cine a la calle
- Feria de la Ciencia y la Creatividad
- Arte y Parque
- Exposhow

b. Impacto del Carnaval sobre la economía de la ciudad

La Fundación para el Desarrollo del Caribe – Fundesarrollo– entidad privada de investigación estimó, para los años 2001 y 2002, el impacto económico del Carnaval en la economía de la ciudad. El carnaval se realiza durante cuatro días del mes de febrero de cada año. No se dispuso de la totalidad del estudio sino de un pequeño resumen del mismo.⁵²

Los estimativos de Fundesarrollo están basados en los siguientes criterios:

- En el carnaval participan tanto agentes económicos formales como informales.
- La magnitud económica del carnaval se mide por las ventas y el empleo generado por ambos tipos de agentes económicos. Esto supone que los efectos directos son percibidos en su totalidad por la ciudad, es decir, que los bienes y servicios transados son total o primordialmente producidos en la ciudad.
- Las estimaciones del impacto económico se refieren exclusivamente a los efectos directos del carnaval sobre la economía (Producto Bruto Interno, PIB) de la ciudad.
- Los efectos directos de los agentes informales se miden por sus ventas totales mientras que los efectos directos de los agentes formales se estiman por las ventas realizadas en eventos o sitios específicos: casetas, festival de orquestas, coronación, palcos, grupos folclóricos y disfraces, carrozas y hoteles.

Los resultados disponibles de la estimación de Fundesarrollo muestran que, como era de esperar de un carnaval de sólo cuatro días, realizado en una ciudad con un desarrollo económico relativamente grande, el impacto económico del carnaval no es muy grande: 0,13% en 2001 y 0,12% en 2002 del PIB local, asumiendo, como se dijo, que la totalidad de las ventas corresponden a productos elaborados en la ciudad y, sin estimar los efectos indirectos e inducidos de la celebración (Cuadro 11).

Con las cifras de Fundesarrollo sobre el empleo generado durante el carnaval, se puede estimar la participación del carnaval en este aspecto. Se calcula que el empleo generado en el carnaval representó 1,5% de la población económicamente activa en el primer trimestre de 2001 y 1,6% durante el primer trimestre de 2002.

Así mismo, el empleo formal generado durante el carnaval representó el 0,7% de las personas ocupadas formalmente durante el primer trimestre de 2001 y 0,6% de las personas en la misma situación en 2002.

Respecto al empleo informal, la ocupación bajo esta modalidad correspondió al 4,0% del total de personas ocupadas informalmente en la ciudad en el primer trimestre de 2001 y el 6,0% de las personas en la misma situación en 2002.

Como es obvio, este empleo del carnaval es de carácter temporal, sobretudo para el caso del empleo informal. No se dispone de información sobre la duración de los empleos que genera el sector formal, pues en actividades preparatorias se consume un tiempo que con toda seguridad excede el tiempo del carnaval. Se asume que todo el empleo generado es empleo nuevo, el cual posiblemente hubiera estado sin ocupación sin el carnaval.

Tampoco se dispone de información sobre la metodología utilizada por Fundesarrollo para reali-

⁵² Fundación para el Desarrollo del Caribe –Fundesarrollo–, *Carnaval de Barranquilla 2002, Impacto Económico Local*, marzo de 2002.

Cuadro 11

Impactos económicos del Carnaval de Barranquilla, Colombia, 2001 y 2002

RESUMEN		
	2001	2002
ECONOMÍA FORMAL		
Ventas (millones de pesos)	5.259	5.512
Empleo (personas ocupadas)	3.774	3.905
ECONOMÍA INFORMAL		
Ventas (millones de pesos)	3.347	3.300
Empleo (personas ocupadas)	6.226	7.350
TOTAL		
Ventas (millones de pesos)	8.606	8.812
Empleo (personas ocupadas)	10.000	11.255
- Ventas carnaval / PIB ciudad (%)	0,13%	0,12%
- Empleo carnaval / Población económicamente activa ciudad (%)	1,5%	1,6%
- Empleo formal carnaval / Población ocupada ciudad (%)	0,7%	0,6%
- Empleo informal carnaval / Población subempleada ciudad (%)	4,0%	6,0%

Fuente: Cifras básicas de Fundesarrollo. Estimativo de participación en el PIB de Fundesarrollo. Estimativos de participación en el empleo de los consultores del presente estudio.

zar la estimación, aunque se supone que el estudio se basó en encuestas (principalmente sector informal) y en información de algunos agentes formales que participaron en el carnaval.

Venezuela - Sanare y las fiestas de Los Zaragozas

a. Descripción de la fiesta⁵³

La fiesta de los Zaragozas forma parte de las celebraciones conocidas como Locos y Santos Inocentes que se realizan en todos los pueblos andinos de Venezuela. En las poblaciones larenses de Sanare y Guárico adquirió nombre propio, conociéndose como Fiesta de Locos o Los Zaragozas. Se trata de una celebración donde se evidencia un particular sincretismo entre manifestaciones heredadas de la antigua fiesta europea de los Locos, cargada de ex-

cesos, embriaguez, alegría, disfraces e inversión de valores y la expresión de sentimientos religiosos marcados por la fe en los Santos Inocentes, el respeto, la devoción, el cumplimiento de oficios religiosos y el pago de promesas.

Hace treinta años, Sanare, pueblo de montaña de la región centro occidental, era muy poco conocido y mostraba calles de tierra al igual que la carretera que le comunicaba con los centros poblados más cercanos. Sus Zaragozas lo conformaban unos pocos muchachos vestidos de "mamarrachos" que deambulaban por el pueblo robando gallinas y atemorizando a niños y adultos. Con las mejoras en las vías de comunicación se acercaron los turistas atraídos por el paisaje, el clima y la gentileza y suavidad de trato de los pobladores. Poco a poco los sanareños fueron descubriendo que además de la agricultura había otras posibilidades relacionadas con el servi-

⁵³ Tomado casi literalmente del documento *Los Zaragozas de cara al futuro*, que compendia las respuestas a los formularios enviados por el Convenio Andrés

Bello como parte de esta investigación.

cio y la atención a extraños que podían ser igualmente beneficiosas para la economía. Se crearon nuevos hoteles, tiendas y expendios de comida y se entró en contacto con el turismo, comenzaron a aparecer nuevos diseños, materiales y colores en las máscaras y los trajes de los disfrazados.

En los últimos años, el gobernador del estado se hace presente en el día de la fiesta (dura sólo un día) y la Alcaldía embellece y adorna la ciudad. En 2003 se declaró a la fiesta de Los Zaragozas como Patrimonio Cultural del Municipio y existe una propuesta ante la Gobernación para que sea declarada Patrimonio Vivo del Estado Lara.

b. Impacto de la fiesta sobre la economía de Sanare

Las respuestas a los formularios enviados por el Convenio Andrés Bello a Venezuela contienen una serie de elementos que podrían ser utilizados para analizar el impacto de la fiesta de Los Zaragozas sobre la economía del municipio. Primero que todo, aquí sólo se está hablando de la importancia económica de la fiesta y no de sus alcances culturales y económicos. En este sentido, los visitantes a Sanare externos a la región que asisten a la fiesta oscilan, según la información, entre 10% y 25% del total de visitantes. El resto son habitantes de la misma región. No se sabe con certeza qué proporción del gasto de los residentes podría considerarse como de favorable impacto económico, es decir, que represente gasto nuevo en la localidad (Cuadro 12).

Si se va a analizar el impacto económico, se tendría que dividir el número de participantes entre visitantes, nacionales y extranjeros, y residentes, debido a que seguramente tienen patrones de gasto diferentes. Una vez realizada esta división, mediante encuestas en los hoteles y empresas de transporte, y en los sitios donde ocurren las celebraciones, el segundo paso sería estimar el gasto promedio de cada tipo de participante, y su división por tipo de

producto o servicio, de acuerdo a alguna clasificación de interés para el municipio.

En la información disponible, sólo se muestra el número probable de visitantes y se ofrece una cifra muy aproximada de lo que pueden gastar los mismos durante los dos o tres días que permanecen en el pueblo. Dependiendo del origen de la información,⁵⁴ el gasto total de los visitantes podría tener un rango que va de US\$13.200 a US\$120.000. Por supuesto, a estos gastos habría que deducir el componente "importado" al municipio de otras localidades o del exterior, es decir, el valor de los bienes y servicios comprados por fuera de la localidad para atender a los visitantes.

Respecto al empleo, no se ofrece información pero sí se sabe que a Sanare acuden muchos vendedores ambulantes y encuentran empleo algunos músicos. También se recurre a algunos empleos temporales en restaurantes, hoteles, bares y otros comercios, para atender a los turistas durante los días que permanecen en el pueblo.

Para estimar el impacto de la fiesta en la economía de Sanare se requiere, por supuesto, conocer cifras sobre dicha economía, es decir, tener algún estimativo de su Producto Interno Bruto, el nivel de desempleo de mano de obra y la recaudación de impuestos, con indicación de aquella parte que es destinada a los gastos de preparación (alistamiento) de la población, la cual puede considerarse como el ahorro de los habitantes para invertir en la preparación de la fiesta. También sería importante conocer la cuantía del apoyo que recibe el municipio de otros niveles de gobierno (estatal o provincial y nacional). Se puede asumir, igualmente, que las cuotas para inscripción de disfrazados y los dineros recolectados por limosnas representan en alguna medida (no se sabe cual) ahorros de la comunidad para financiar las inversiones necesarias para la fiesta. Si se asume, igualmente, que todas las remuneraciones pueden ser consideradas pagos a trabajos en

⁵⁴ La encuesta fue contestada por más de un experto en la fiesta de Sanare

aplicar una metodología consistente al análisis del impacto económico de las fiestas en los países del Convenio.

Sin embargo, es preciso adoptar una estrategia de aplicación de los elementos metodológicos aquí planteados a cada fiesta específica. Las diferencias de aplicación entre distintas fiestas dependen en buena medida del carácter local, nacional o internacional de la fiesta, del número de fiestas cuyo impacto se espera evaluar, de quien financia las inversiones y gastos necesarios, de quien se beneficia y a quien se pretende beneficiar con la fiesta (ver Anexo 4.1), del grado de desarrollo institucional de los operadores de la fiesta, de la información previa disponible, entre otros factores.

Así las cosas, un proceso técnico de esta naturaleza debe seguir una serie de pasos, que a continuación se enuncian, sin un propósito exhaustivo, sino más bien ilustrativo, ya que las autoridades del Convenio en cada país deberán revisarlo y adaptarlo a su situación específica. Estos pasos son los siguientes:

Selección de una entidad responsable de la aplicación de la metodología

Dado el carácter técnico de un estudio de esta naturaleza, éste debe ser adelantado por una institución con la capacidad técnica de llevarlo a cabo, tal como una universidad, un instituto de investigación, o una empresa consultora. Así que debe seleccionarse una institución con la capacidad de realizar el estudio.

Para este efecto deben elaborarse unos términos de referencia a los cuales debe ajustarse la entidad proponente.

Selección de la muestra de fiestas que debe ser objeto del estudio

Como queda claro en este estudio las fiestas son una expresión de la diversidad cultural de las re-

giones y países y por ende se presenta una multiplicidad en cada país. Por esta razón, las autoridades del Convenio en cada país deben seleccionar por sí mismas, o con el apoyo de la institución responsable de la aplicación de la metodología, una muestra representativa de las fiestas a estudiar.⁵⁷

Los pasos siguientes se aplican individualmente a una fiesta o al conjunto de fiestas seleccionado.

Rediseño final de la metodología a aplicar en cada fiesta específica

Los elementos de la metodología detallada presentada en este capítulo que finalmente se adopten a un caso específico dependen no sólo del carácter de la fiesta y de quienes la financian y qué objetivos persiguen, sino también de la disponibilidad de recursos, de la información previa existente y de la posibilidad de obtener esta información con autoridades, con fuentes secundarias, con operadores de las fiestas y con expertos.

Dos criterios muy sencillos para adoptar una o varias de las metodologías propuestas simultáneamente, son los siguientes:

- Utilizar la metodología más fácil de medir dentro de este conjunto de condiciones para cada caso particular.
- Que la metodología a adoptar permita llegar a resultados satisfactorios.

De este contexto depende, por ejemplo, si se adopta sólo una de las metodologías de valor agregado, o una combinación de ellas y si adicionalmente se adopta alguna metodología para valorar la percepción de los consumidores en las fiestas, sean éstos locales, o turistas internacionales.

La entidad que lleve a cabo el estudio deberá formular una propuesta concreta para lograr el objeti-

⁵⁷ En el módulo cultural de este estudio se propone una metodología para facilitar la selección de las fiestas.

vo de la medición de impacto dentro de los instrumentos metodológicos propuestos.

Elementos que debe contener la propuesta metodológica

La propuesta metodológica dependerá, entre otros elementos, de la mezcla de metodologías seleccionadas:

Metodologías de impacto

Opinión de expertos y operadores

Identificación del operador u operadores de las fiestas y diseño de una estrategia para ser viable la obtención de información de esta fuente. Debe recordarse que en muchos casos los operadores de estas fiestas son Cofradías que no en todos los casos están organizadas formalmente y no siempre están dispuestas a suministrar información.

Diseñar formularios para encuestas dirigidos a expertos y operadores de las fiestas sobre la información relacionada con el impacto económico. Para el efecto, puede utilizarse como referencia el formulario diseñado para este estudio, que contiene la información básica requerida para el efecto.

Metodología satélite de turismo

Identificación, recolección y utilización de información secundaria de cuentas estadísticas nacionales, regionales y locales. Objetivo: estimación del número de turistas y su gasto promedio.

Metodología con encuestas a empresas y participantes

Diseño de una estrategia para obtención de la información proveniente de los turistas y las empresas.

Clasificación de los turistas por tipo y del gasto por categoría, de acuerdo a los objetivos del estudio.

Diseño de las encuestas a turistas y empresas. Objetivo: Estimación del número de turistas por tipo y de la distribución y magnitud del gasto por categoría.

Información complementaria de multiplicadores del gasto

Obtención de multiplicadores de modelos insumo-producto existentes para la localidad o utilización, si se encuentra apropiado, de los existentes para otras localidades o para la región.

Valoración subjetiva de preferencias de beneficiarios de la fiesta

Centrada en hogares de la localidad, participantes regionales, participantes nacionales y participantes extranjeros.

El énfasis sobre a quien se vaya a encuestar y con qué grado de importancia y precisión (considerando el total de metodologías y fuentes de información) dependerá, para esta valoración subjetiva, de una evaluación de quien financia la fiesta y, dado esto, de una comparación (numérica y apreciativa) entre quienes se benefician de la misma y a quienes se quiere realmente beneficiar, además, por supuesto, de los costos del estudio y los recursos disponibles.

En cualquier caso, deberá elaborarse un formulario dirigido a los hogares y los turistas sobre la valoración subjetiva de la fiesta, previo el diseño de una estrategia para ello que contemple temas de cobertura geográfica (barrios) y estratificación socioeconómica para los hogares y, para los turistas, de factores como por qué vía llegó y salió, donde se alojó, de dónde proviene, a qué eventos asistió, entre otros elementos.

Interacción entre las autoridades del Convenio y la entidad que realiza el estudio

Dado el carácter piloto de este tipo de estudios, es fundamental en el proceso de puesta en marcha de la metodología, tanto un seguimiento cercano y permanente de su evolución, como la posibilidad de efectuar ajustes en el proceso para hacer frente a las dificultades que resulten en la aplicación de la metodología.

Es posible que en el proceso de aplicación tengan que realizarse ajustes a las estrategias y la metodología inicialmente diseñada.

Marco de referencia del informe final

Los términos de referencia que seguirá la entidad que aplique la metodología deben diseñarse de manera que el resultado final que se obtenga con la publicación del informe final, garantice el cumplimiento total de los objetivos esperados con el estudio.

Anexo 4.1 Estudios de impacto y estudios de valoración contingente

Se presenta en la literatura alguna discusión acerca de los estudios tanto de impacto económico como de valoración subjetiva de las preferencias del consumidor. En cualquier caso, la discusión no debe perder de vista el objetivo que se esté persiguiendo en cada estudio específico y los recursos con que se cuenta.

Otro aspecto básico que debe tenerse en cuenta es la distinción entre quien paga por la financiación de las inversiones y gastos para que la fiesta conserve todos sus atractivos y quien se beneficia, o se pretende que se beneficie, de ello. En el caso de ciudades que celebran una fiesta y poseen además patrimonios y atractivos materiales e inmateriales, las inversiones que permiten conservar estos patrimonios en un estado óptimo, y las inversiones y gastos que demande una fiesta, deberán ser financiadas principalmente por los residentes e inversionistas o donantes locales. Los beneficios de la celebración de la fiesta y del disfrute de los activos patrimoniales que posea la localidad fluirán hacia todos los participantes que acuden a la fiesta, tanto residentes locales como residentes de otras localidades, regiones o países. Sin embargo, el o los inversionistas pueden estar interesados únicamente en los beneficios que puedan recibir sólo los residentes de la localidad o de la región

Los estudios de valoración, tanto los que se apoyan en mercados propios del bien que se quiere valorar (existentes o contingentes) como los que utilizan mercados de otros bienes (hedónicos o de costo de viaje, entre otros) deben tener claridad acerca de quien va a pagar por los beneficios que se reciben de dicho bien patrimonial. Para una ciudad o un país es diferente si quien va a pagar es un residente o un habitante de otras regiones, ciudades o países.

Cuando el análisis es realizado por un gobierno central, que está tomando decisiones acerca de invertir en conservación de un patrimonio cultural, no es muy importante la distinción entre beneficiarios locales, regionales o de otras localidades, siempre y cuando una alta proporción de los que disfrutan de la fiesta sean todos originarios del país.⁵⁸ En este caso, es posiblemente preferible efectuar mediciones de valoración que tengan en cuenta a todos los beneficiarios, pues, en este caso, para un gobierno central, quienes pagan y quienes se benefician son todos nacionales. Es diferente si el análisis es realizado por un gobierno nacional cuando una parte importante de los beneficiarios son extranjeros, o, más aún, por un gobierno local, cuando los beneficiarios pertenecen en una buena proporción a otras localidades, regiones o países.⁵⁹

En los últimos casos presentados en el párrafo anterior, podría ser más interesante para un país o una localidad realizar estudios de impacto, preguntándose no ya quién se beneficia (como consumidor de uso o no uso) sino más bien si las inversiones en la conservación del patrimonio cultural y la infraestructura pública acompañante, son o no rentables para quienes invierten o pagan sus impuestos en la localidad o, para la ciudad en general. Por supuesto, conocer quiénes se benefician, sean residentes o no, y en qué magnitud, puede ser muy importante para diseñar las estrategias de promo-

⁵⁸ A menos que la inversión sea realizada únicamente o principalmente para beneficio de la ciudad

⁵⁹ Pagola, *op. cit.*

ción, publicidad y administración de la fiesta y de la localidad, tal como ocurre cuando un empresario privado está vendiendo un bien o un servicio privado. Igualmente, los estudios de valoración económica son fundamentales cuando se trata de decidir si se apoya o no con dineros públicos o de donantes las inversiones de conservación y mantenimiento de un patrimonio cultural.

No hay que olvidar, entonces, que los estudios de impacto no son posiblemente los más adecuados cuando quienes pagan son los mismos que se benefician, o se pretende que se beneficien, del patrimonio cultural. En estos casos, los estudios de impacto posiblemente tienden a dejar por fuera muchos elementos cualitativos (como valores económicos de no uso y valores no económicos) que podrían ser importantes a la hora de tomar decisiones sobre conservación y mantenimiento de un patrimonio cultural. Otra crítica a los estudios de impacto es la de que no tienen en cuenta costos sociales de las fiestas, principalmente para ciudadanos locales o personas que no están participando en la misma, como los aumentos en la inflación local, la congestión vehicular, la inseguridad y la contaminación. Esta crítica puede ser tenida en cuenta mediante encuestas con los hogares y con personas que no participan en la fiesta.

Otra utilidad de las encuestas con los posibles beneficiarios, tanto locales como no locales, es la de que dichos estudios pueden permitir establecer las tarifas de entrada a los diversos espectáculos que ofrece la fiesta, o los impuestos que se fijan sobre los turistas, principalmente, extranjeros. La posibilidad de discriminar precios es un subproducto de estos estudios de valoración, dado que, en general, los participantes, principalmente los extranjeros, están dispuestos a pagar mayores precios.

Resumiendo, el tipo de valoración dependería de los escenarios siguientes:

- **Financiación local**, con beneficiarios ya sea locales; o locales y regionales; o locales, regionales y nacionales o, locales, regionales, nacionales e internacionales. El criterio aquí es

el de que los estudios de impacto irían adquiriendo más importancia entre más diverso sea el origen de los participantes en la fiesta y viceversa.

- **Financiación regional**: el criterio es el mismo que en el caso anterior, con la diferencia de que los estudios de impacto solo se justificarían cuando la proporción de participantes de fuera de la región sea importante.
- **Financiación nacional**: Los estudios de impacto sólo se justificarían cuando exista una buena proporción de participantes extranjeros, a menos de que la financiación sea ofrecida para beneficiar exclusivamente a la región o a la localidad y no a los asistentes a la fiesta. En este caso, los estudios de impacto serían más importantes que cuando la inversión pretende beneficiar a todo el país.
- **Financiación internacional**: El criterio es el mismo que en el caso anterior. Es necesario identificar tanto a los que pagan como a los que se pretende beneficiar con la inversión.

Anexo 4.2 Estudio para el Convenio Andrés Bello

Formulario sobre el impacto económico de las fiestas

1. Instructivo

Este formulario va dirigido principalmente a los operadores u organizadores de distintas modalidades de fiestas.

El objetivo principal del formulario consiste en obtener una información básica que permita diseñar un modelo de evaluación del impacto económico de las fiestas, partiendo de experiencias diversas de los países del convenio.

En un estudio de caso detallado se profundizaría en la información solicitada.

La fecha de inicio de la pregunta 4 se refiere al día y mes y a la duración en días en los que usualmente se celebra cada año la fiesta.

La pregunta 6 se puede responder teniendo en cuenta el origen de los participantes en la fiesta: desde participantes de la localidad, hasta turistas nacionales y extranjeros.

La pregunta 7 relativa al gasto ejecutado por la entidad organizadora y ejecutora, se refiere a datos en moneda nacional (especificar el tipo de moneda) correspondientes a los dos últimos años disponibles (especificar cuáles son esos años).

La pregunta 8 relativa a la financiación del presupuesto de la entidad organizadora y ejecutora, se refiere a datos en moneda nacional (especificar el tipo de moneda) correspondientes a los dos últimos años disponibles (especificar cuáles son esos años).

Con respecto a la pregunta 11, si existen estadísticas de turismo sería preferible utilizarlas. En el caso de que éstas no existiesen, ¿cuál sería la estimación del número de turistas nacionales y extranjeros que acuden a la fiesta?

La pregunta 12 relacionada con estimaciones sobre el gasto promedio por turista se puede expresar en valores en moneda nacional o en dólares, pero debe especificarse la moneda utilizada.

Si la respuesta a la pregunta 14 es sí, agradeceríamos el envío de un documento resumen de la encuesta o algunos cuadros de resultados.

**ESTIMACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO DE LAS FIESTAS
FORMULARIO PARA FIESTAS**

1 NOMBRE DE LA FIESTA _____

2 NOMBRE DEL DIRECTOR U ORGANIZADOR _____

3 E MAIL (CORREO ELECTRONICO) DE QUIEN CONTESTA LA ENCUESTA _____

4 FECHA DE INICIO Y DURACIÓN EN DÍAS DE LA FIESTA _____

5 DURACIÓN DEL PERÍODO DE PREPARACIÓN DE LA FIESTA (DÍAS, SEMANAS, MESES) _____

6 ÁMBITO DE LA FIESTA: LOCAL _____ REGIONAL _____ NACIONAL _____ INTERNACIONAL _____

7 PRESUPUESTO TOTAL DE GASTO EJECUTADO DE LA FIESTA POR PARTE DE ENTIDAD ORGANIZADORA Y EJECUTORA (ORGANIZACIÓN, PREPARACIÓN Y EJECUCIÓN) _____

8 FINANCIACIÓN DEL PRESUPUESTO EJECUTADO DE LA ENTIDAD ORGANIZADORA Y OPERADORA

RECURSOS PROPIOS DE LA EMPRESA QUE DIRIGE U ORGANIZA _____

VENTA DE BOLETAS, SUVENIRS, ETC _____

COBRO DE DERECHOS DE PARTICIPACIÓN _____

AHORROS DE AÑOS ANTERIORES _____

RECURSOS DEL GOBIERNO (NACIONAL, MUNICIPAL, ESTATAL) _____

DONACIONES DE EMPRESAS O AGENTES PRIVADOS _____

OTROS _____

9 NÚMERO DE PERSONAS QUE PARTICIPAN DIRECTAMENTE EN LA FIESTA (ORGANIZACIÓN, PREPARACIÓN Y EJECUCIÓN) QUE DEPENDEN DIRECTAMENTE DE LA EMPRESA ORGANIZADORA Y EJECUTORA ADMINISTRATIVOS (DIRECTIVOS, CONTADORES, SECRETARIAS, OFICINISTAS, ETC.) _____

PROTAGONISTAS (ACTORES, MÚSICOS, ETC), QUE REPRESENTAN DIRECTAMENTE ANTE EL PÚBLICO _____

PERSONAS QUE APOYAN A LOS ANTERIORES (CARPINTEROS, ELECTRICISTAS, MODISTAS, CONDUCTORES DE VEHÍCULOS, ETC) _____

QUE PARTICIPAN COMO PROTAGONISTAS POR SU CUENTA O POR CUENTA DE OTRAS EMPRESAS U ORGANISMOS DE ESTADO _____

10 NÚMERO DE PERSONAS QUE PARTICIPAN DIRECTAMENTE EN LA FIESTA (ORGANIZACIÓN, PREPARACIÓN Y EJECUCIÓN) DURANTE EL PERÍODO DE PREPARACIÓN _____

DURANTE EL PERÍODO DE EJECUCIÓN _____

11. ESTIMACIONES SOBRE EL NÚMERO DE TURISTAS QUE ACUDEN A LA FIESTA

DE ORIGEN REGIONAL _____

DE ORIGEN NACIONAL _____

DE ORIGEN INTERNACIONAL _____

12. ESTIMACIONES SOBRE EL GASTO PROMEDIO POR TURISTA _____

13 ESTIMACIONES SOBRE EL EMPLEO (NÚMERO DE PERSONAS) GENERADO EN LA CIUDAD POR CAUSA DE LA FIESTA DURANTE EL PERÍODO PREPARATORIO _____

DURANTE LA FIESTA _____

14. SE HA REALIZADO ALGUNA ENCUESTA DE APRECIACIÓN O VALORACIÓN DE LA FIESTA ENTRE LOS PARTICIPANTES Y ENTRE LOS BENEFICIARIOS (SEÑALAR CON X) SÍ _____ NO _____

UN MUNDO ENCANTADO.
LAS DIMENSIONES SOCIALES DE LA FIESTA

GERMÁN REY



Inscrita en la órbita de lo sagrado, la Fiesta es ante todo el advenimiento de lo insólito. La rigen reglas especiales, privativas que la aislan y hacen un día de excepción. Y con ellas se introduce una lógica, una moral, y basta una economía que frecuentemente contradicen las de todos los días. Todo ocurre en un mundo encantado: el tiempo es otro tiempo (situada en un pasado mítico o en una actualidad pura); el espacio en que se verifica cambia de aspecto, se desliga del resto de la tierra, se engalana y convierte en un "sitio de fiesta" (en general se escogen lugares especiales o poco frecuentados)... La sociedad comulga consigo misma en la Fiesta.

El laberinto de la soledad, Octavio Paz, (1950)

La fiesta es sin duda un acontecimiento social. Sean cuales fueren sus particularidades, sus orígenes históricos o su desarrollo, la fiesta es una representación de lo social, marcada además por fuertes significados simbólicos. En ella se manifiestan los diseños de la convivencia, el conjunto de reglas que orientan la vida en común, las jerarquías, como las discriminaciones y exclusiones.

En su trabajo *Mediaciones institucionales de la cultura popular urbana. El caso de la revitalización de fiestas en Madrid*, Francisco Cruces (2004), sintetiza de manera precisa el significado de la fiesta como ritual "como una pauta de acción colectiva, formal, repetitiva y convencionalizada, irreductible a una explicación en términos de medios/fines, la literatura antropológica ha iluminado numerosos perfiles de la fiesta (en particular de aquéllas calificadas como "populares", "tradicionales" o "comunitarias"): (a) la activación periódica de sistemas de reciprocidad e interdependencia; (b) la constitución y renovación

de redes familiares y vínculos personales; (c) la marcación del territorio; (d) el desdibujamiento de las fronteras sociales o su intensificación; (e) la expresión de lealtad a grupos de referencia o pertenencia; (f) la coordinación de ciclos temporales; (g) la reproducción de distinciones simbólicas necesarias para la supervivencia cultural del grupo; (h) la producción de experiencias liminales de hermandad, comunión, reciprocidad o respeto entre sus miembros; (i) la teatralización de la continuidad social; (j) la congregación en torno a símbolos sagrados.

En medio del ambiente lúdico, de las celebraciones y de la abundante iconografía que la rodea, la fiesta suele ser una celebración que pone en escena muchos de los grandes temas y problemas de la sociedad mayor, a la vez que comprueba las posibilidades y los límites de la convivencia. Como lo señala Amparo Sevilla para el caso del carnaval en un pueblo de México, "si bien es verdad que el carnaval propicia el encuentro de todos los xicayenses, también es un momento para dirimir problemas personales y exhibir las competencias entre un barrio y otro".¹ Algo similar señalan Virtudes Feliú y Juan Carlos Moyano en sus análisis, la primera, de las fiestas populares tradicionales en Pinar del Río (Cuba) y el segundo, del Carnaval de blancos y negros en Pasto (Colombia).

En las fiestas patronales, —como señala Feliú— los bailes se celebraban en salones y sociedades "con la división de la población tanto por el nivel económico como por el color de la piel, así existían salones para blancos, negros y mulatos donde se tenía en cuenta el grado de riqueza o de pobreza".² Es muy probable que las diferencias raciales, por ejemplo, no se queden simplemente en las marcas rígi-

1 Amparo Sevilla, "La inversión ritual", en *Gaceta*, Ministerio de Cultura, n° 47, junio-diciembre de 2000, pág. 233.

2 Virtudes Feliú Herrera, "Las fiestas populares tradicionales en Pinar del Río", en *Pensamiento y tradiciones populares estudios de identidad cultural*

cubana y latinoamericana, Ana Vera (compiladora), pág. 375.

das de la exclusión, sino que también manifiesten otras variaciones de las relaciones humanas: la afirmación de las identidades, el encuentro difícil entre seres diversos, las incertidumbres que se viven al hacer evidentes las mezclas entre culturas.

En los Carnavales de negros y blancos también se expresan las diferencias históricas entre razas, aunque con otras resignificaciones festivas. "El 5 de enero es el día de los negros. Se dice que ese día tuvo su origen un poco al norte, en las haciendas del valle del río Patía o en los caserones de Popayán, como un reconocimiento a la libertad que los amos les concedían una vez al año a los esclavos. Lo cierto es que en la fecha —escribe Moyano— sucede algo insólito: todos juegan a la *pintita*, usando maquillaje negro, que comienza siendo un toquecito en mejilla y se expande por todos los rostros de cualquier color. Al final de la tarde miles de seres embebidos en el delirio dionisiaco, bajo el sagrado tatuaje de la pintura, son negros, bailan como negros, sienten como negros y afirman el yo disolviendo el ego porque, como no hay distinción de persona o de clase, todos comparten el regocijo de la fiesta y la libertad que produce precisamente una tradición donde lo que se celebra es la expansión del espíritu y la posibilidad de contacto colectivo".³

Como lo observaremos más adelante, en la fiesta hay una expresión densa de las diferencias, como también una celebración de la diversidad cultural.

La fiesta explicita simbólicamente diferencias históricas, ya sean económicas, étnicas, raciales o de género, muestra con la veracidad de la ironía o del histrionismo, la composición de los actores sociales, sus rangos, poder y ascendencia comunitaria; revela las afiliaciones o los gestos de discriminación, pone a prueba los sistemas normativos que suelen ser transgredidos, ya sea a través de las danzas, el

atrevimiento carnestoléndico, la transmutación de roles sociales o el distanciamiento lúdico frente a lo establecido y canónico.

Aunque en el carnaval brasileño se inviertan los órdenes tradicionales, "no hay que optimizar estas transgresiones al punto de creer que deshacen, al reivindicar historias propias, la tradición fundamental de la dominación. El propio de Matta reconoce que en el carnaval se da un juego entre la reafirmación de las tradiciones hegemónicas y la parodia que las subvierte pues la explosión de lo ilícito está limitada a un período corto, definido, luego del cual se reingresa en la organización social establecida. La ruptura de la fiesta no liquida las jerarquías ni las desigualdades, pero su irreverencia abre una relación más libre, menos fatalista, con las convenciones heredadas".⁴

Las diferencias que expone la fiesta son entonces muy diversas. Algunas de ellas, nacidas en sociedades rurales, están cargadas de fuertes connotaciones tradicionales y en no pocos casos restringidas a comunidades, grupos sociales o sectores determinados de la sociedad. Como se puede observar en las taxonomías de las fiestas las hay ligadas a lo campesino, a los esclavos negros, a ciertas comunidades indígenas. Aunque algunas conservan este sello, las fiestas, que son organizaciones sociales vivas y en permanente cambio y adaptación, son el producto de renovadas mezclas. Mientras que existen fiestas que aún identifican a ciertos grupos sociales, otras, por el contrario, suelen convocar a diferentes sectores sociales. En algunas fiestas permanece un núcleo de identificación social denso y franjas de interacción muy activas. En fiestas y carnavales, por ejemplo, cumplen un papel central las cofradías, comparsas o sociedades a las cuales se pertenece a través de lazos que se van tornando fuertes y cercanos. Ni todos los lugareños pertenecen a ellas, ni obviamente los visitantes logran formar parte de cír-

³ Juan Carlos Moyano, "Carnaval de negros y blancos: en los territorios sin fronteras de la memoria colectiva", en *Culturas tradicionales, territorio y región*, IV Encuentro para la promoción y difusión del patrimonio inma-

terial, Lima, noviembre 15-21 de 2003, pág. 126.

⁴ Néstor García Canclini, *Culturas híbridas*, México, Grijalbo, 1989, pág. 206.



Virgen de Luján, Paucartambo.
Procesión de la Virgen del
Carmen, Paucartambo - Cusco.
Fotografía: Mylene d'Auriol / PromPeru

culos para cuyo ingreso y permanencia se necesitan determinados requisitos.

Lugar de contraste, la fiesta es también referencia utópica, paisaje donde se expresan deseos y esperanzas de la sociedad. Con frecuencia los símbolos distintivos de las fiestas se toman de hechos y personajes de relevancia nacional o local. Lo social se vuelve máscara, ícono, objeto de reverencia o por el contrario, de burla y sarcasmo.

I. Lo social de lo económico en la fiesta

Si la sociedad se expresa en un acontecimiento cultural como la fiesta, lo social de ella no se puede separar de los análisis de su impacto económico. En primer lugar, porque muchas de las variables económicas son en sí mismas signos sociales muy importantes. Por ejemplo, el número, las características y el tipo de actividades realizadas por los visitantes muestran la identificación de la fiesta, su grado de interacción, los sentidos de representación pública de la celebración, las referencias simbólicas que se usan para establecer un diálogo con los extraños, etc.

La participación del Estado, ya sea en sus instancias nacionales, regionales o locales no sólo permiten percibir los flujos de dineros hacia la fiesta, sino la trama de conexiones con la política, los órdenes de la autonomía o de la dependencia, las conexiones clientelares y compadrazgos, las prevalencias simbólicas de la autoridad o la importancia que tienen ciertos sectores sociales en el desarrollo de la fiesta como señal de distinción o de prestigio. Al analizar las fiestas urbano-mestizas en Bolivia, Fernando Cajías de la Vega resalta el papel que, por ejemplo, tienen en ellas los comerciantes y transportistas. "Tanto en el carnaval de Oruro como en otras fiestas bolivianas —escribe— tienen un papel preponderante gremios de comerciantes y transpor-

tistas denominados por algunos sociólogos como la burguesía mestiza. Esta burguesía mestiza se ha constituido en la gran impulsora de la cultura nacional. Si bien sus grandes inversiones en la fiesta obedecen a la búsqueda de prestigio, con mucho de vanidad, esa inversión ayuda más a la formación de una identidad que la vanidad de otros que invierten en lujosos automóviles importados o en las vacaciones en Miami".⁵

Los gastos o la proporción de ventas de los negocios ofrecen una información extremadamente valiosa sobre el volumen de los intercambios económicos, sus destinaciones fundamentales, el resaltamiento de los principales sectores económicos involucrados en las fiestas, pero también proporcionan elementos claves para comprender el grado de variedad de los componentes culturales de las fiestas, desde las comidas hasta los juegos, desde la participación en actos públicos hasta las manifestaciones religiosas, la danza, o la preparación de las comparsas. Es posible percibir en esta información económica la organización de la fiesta, la asignación de funciones y responsabilidades, las particularidades de las figuras de autoridad.

La exploración económica del empleo puede orientar indagaciones sobre la división social del trabajo, su caracterización desde los roles de género o la participación familiar. En otras palabras: la observación económica es ya de por sí, una fuente imprescindible de valoración y análisis cultural y social de las fiestas.

En segundo lugar la fiesta es, en términos simbólicos, un acontecimiento en el que se representan los imaginarios económicos de una comunidad. Esto significa que a través de las fiestas —y no solamente de sus acciones específicamente consideradas como económicas— se pueden percibir las comprensiones

⁵ Fernando Cajías de la Vega, "Fiestas urbano-mestizas en Bolivia y la identidad nacional", en *Culturas tradicionales, territorio y región*, IV Encuentro para la promoción y difusión del patri-

monio inmaterial, Lima, noviembre 15-21 de 2003, pág. 62.

que determinados grupos de la sociedad tienen sobre la economía, los encuentros muchas veces conflictivos entre sus modos de producción tradicionales y los efectos de la modernización, las influencias sociales de las migraciones por el desempleo, el significado e importancia que las personas le conceden a determinada circulación de bienes. Son varios los estudios en que, por ejemplo, se muestran las relaciones entre grupos humanos que han accedido a formas económicas avanzadas y su sentido de identidad con lo tradicional o que revelan las mixturas que hacen los emigrantes entre los estilos de vida de sus países de acogida así como con los de origen. El tema de las remesas económicas de los emigrantes latinoamericanos, que en algunos casos se han convertido en uno de los primeros rubros del ingreso de divisas a las economías nacionales, es mucho más que un simple proceso de envío de dinero. El monto de las remesas mensuales, los negocios que están apareciendo ligados a la capacidad económica de los migrantes y sobre todo el destino específico de esos dineros, lo que está mostrando es la fuerza de las relaciones afectivas y familiares, las jerarquías cognitivas que definen los usos del dinero, las atribuciones de autoridad y los sentidos de futuro, entre otras cuestiones sociales y culturales. En sus reflexiones sobre la migración de ecuatorianos, María Cristina Carrillo subraya el tema de la transmisión de capital simbólico y recuerda citando a Peggy Levitt cómo la migración afecta ciertos patrones de consumo en las sociedades y ello se traduce en términos de estatus social. "Debido a la frecuente pérdida de estatus social —escribe— que significa la migración en las sociedades receptoras, es muy importante obtener reconocimiento en la sociedad de origen y demostrar que se ha triunfado. De ahí que esto se materialice en determinados consumos, cambios en las viviendas, adquisición de bienes de lujo, la onerosa participación en fiestas religiosas y actividades relevantes para la localidad, todos factores que permiten demostrar cambios de estatus de manera mucho más efectiva".⁶ Con razón se habla de "remesas sociales bidireccionales", que

como se observa en la cita, se expresan en la celebración de fiestas y en el tránsito de un lado hacia otro de contenidos, prácticas y valores culturales. En el estudio citado se mencionan los regalos que envían los padres a sus hijos: juegos de video, ropa de marca o música "que ayudan a estos jóvenes a extrapolar la presencia de su padre y madre ausentes", pero que también los introducen en referentes tecnológicos, visuales o en general culturales nada locales y mucho más globales.

"Criollos y criollas, mestizas y mestizos que durante la semana son empleados de corbata —escribe Fernando Cajías—, abogadas de ropa de marca europea, durante la fiesta del Gran Poder, la entrada universitaria y las fiestas de barrio, se convierten en llameros del altiplano, en thinkus de Potosí, en pujillays de Tarabuco, en tobas del Chaco, en kantus de Charasani. No solamente imitan o se apropian, sino que enriquecen, reinventan, aprovechando que la identidad de la fiesta es tradición, pero también es innovación".⁷

En tercer lugar, existen significados sociales evidentes en los enfoques económicos predominantes en las fiestas. Diferentes investigadores insisten en el carácter "redistributivo" de la fiesta. La celebración festiva permite, en muchos casos, que personas pudientes de la comunidad apoyen el desarrollo de la fiesta y de algún modo compartan parte de un capital que a la vez que económico es también simbólico. De esa manera afirman lazos de compadrazgo, fortalecen su imagen y prestigio, ganan estatus dentro de la comunidad.

En cuarto lugar, la fiesta tiene en sí misma una serie de características sociales y culturales que pueden considerarse como claramente definitorias de su sentido. La fiesta es preliminarmente un acontecimiento social y cultural, con dimensiones y repercusiones económicas muy importantes. Esto significa que la valoración de la fiesta no está principalmente en cuanto economía supone sino sobre todo

⁶ María Cristina Carrillo, "Ser ecuatoriano es sentirse ecuatoriano. Reflexiones sobre la migración en el Ecuador de hoy",

en *Culturas tradicionales, territorio y región*, 2003, pág. 234

⁷ Cajías de la Vega, *op. cit.*, pág. 60

en cuanto identidad, diversidad o participación social hace posible. De esta manera lo social y lo cultural de la fiesta no es su "valor agregado" sino su condición de existencia.

Las fiestas son sobre todo la experiencia palpable de lo híbrido. Como lo señaló Néstor García Canclini, "la evolución de las fiestas tradicionales, de la producción y venta de artesanías, revela que éstas ya no son tareas exclusivas de los grupos étnicos, ni siquiera de sectores campesinos más amplios, ni aún de la oligarquía agraria, intervienen también en su organización los ministerios de cultura y de comercio, las fundaciones privadas, las empresas de bebidas, las radios y la televisión. Los hechos culturales *folk* o tradicionales son hoy el producto multi-determinado de actores populares y hegemónicos, campesinos y urbanos, locales, nacionales y transnacionales".⁸

Esta inserción de algunas fiestas en las lógicas comerciales no deja de plantear serios debates. Se discute la pérdida de originalidad de prácticas tradicionales, la participación en la fiesta, especialmente de niños y jóvenes, a través del uso de simbologías diferentes a las que se consideran auténticas, la pérdida de los contextos y los tiempos propios de las festividades y el cambio de las mayordomías de personajes del pueblo hacia empresas patrocinadoras. Como lo escribe Gisela Cánepa Koch, las fiestas y las danzas, junto con las riquezas ecológicas han sido sumadas a los lugares arqueológicos, a la arquitectura colonial y a los mercados artesanales dentro de los paquetes turísticos. "En cuanto al auspicio de las cerveceras, éstas imponen ciertas exigencias a las comparsas, que en algunos casos han empezado a alterar tanto los aspectos organizativos como los coreográficos. En este sentido las comparsas se encuentran en el dilema de tener que ceder ante las exigencias de las empresas que las auspician o mantenerse fieles a la costumbre".⁹ La autora propone una serie de preguntas pertinentes: ¿Vale la pena el costo de esta incursión en el mundo nacional y glo-

bal? ¿Cuál es la capacidad de negociación de las comparsas en los distintos contextos? ¿Hasta dónde éstas pueden intervenir y controlar los procesos de los que hacen parte?

Estas dimensiones sociales son las que se contemplan en el modelo que aquí se propone para estudiar el impacto económico de las fiestas. Unas dimensiones que se empiezan a observar en los resultados de la información económica, cuyos instrumentos de recolección se explican en el capítulo II, pero que también tienen un proceso de exploración específica, que a su vez, contribuye al estudio más económico de las fiestas y carnavales. En fin, se trata de una conversación activa entre la información económica y las indagaciones sociales y culturales. Conversación que en la medida en que sea más rica puede facilitar el conocimiento más cercano y profundo de las fiestas.

II. Dimensiones sociales de la fiesta

Posiblemente son los estudios etnográficos los que pueden ofrecer información más relevante sobre las dimensiones sociales de la fiesta. Las etnografías de fiestas suelen ser documentos, que aunque centrados en procesos particulares, muestran coincidencias, rasgos y tendencias comunes que ayudan a encontrar dimensiones fuertes de lo social.

También es importante acudir a las reflexiones más generales sobre la cultura, que hacen aportes sobre temas como la identidad y la diversidad, la interculturalidad o la mundialización de la cultura. Ellas sirven como un horizonte de comprensión de los fenómenos festivos. En esta parte se acudirá a las dos fuentes para tratar de caracterizar socialmente a las fiestas.

III. Identidad, cohesión social y fiesta

La identidad es un relato que se construye, escribió hace unos años, Néstor García Canclini en *Consu-*

⁸ García Canclini, *op.cit.*, pág. 205.

⁹ Gisela Cánepa Koch, "Dinámicas de existencia de las danzas devocionales en el mundo contemporáneo", págs. 23, 24.

midores y ciudadanos, cuando adveníá precisamente la importancia del cine de los años cuarenta, en la conformación de la identidad de los mexicanos. De esta manera resaltaba su carácter constructivo para distinguirlo de cualquier concepto de identidad ligado a esencias ontológicas o a estructuras rígidas o estáticas. La identidad tiene que ver entonces, con el sentido de pertenencia, con aquello que permite reconocernos ya sea como parte de una comunidad, un grupo étnico, una condición de género. La identidad está asociada a la percepción de sí mismo así como a la afirmación e interacción de lo propio con lo otro, con la alteridad. Ella se construye en conversación con otros significativos, con otros diferentes. Manuel Antonio Carretón recuerda que la identidad no es un proceso solamente endógeno sino relacional y que más que hablar de una y única identidad se debe hablar de diferentes identidades. "La identidad –escribe– es la expresión cultural de la pertenencia a un espacio por parte de personas, individuos y colectividades. Esto implica la forma en que se perciben a sí mismos y a los otros, lo que a su vez tiene que ver con la manera en que se relacionan entre ellos, con los otros y con las instituciones. Las identidades son procesos en el tiempo nunca acabados y se van conformando no sólo por dinámicas propias o endógenas, sino también por diversas y plurales miradas y perspectivas que vienen de los otros".¹⁰

Insistentemente los investigadores de la fiesta señalan que ella es un lugar social de la identidad. "Como en muchas partes del mundo –escribe Fernando Cajías– la fiesta colectiva se ha convertido en el mayor refugio de la identidad. Durante sus fiestas las comunidades tradicionales se autoafirman más, se encuentran con su identidad y la muestran a otras culturas. Tal es el caso del carnaval tarabaqueño, de la fiesta de la cruz de Mayo en el norte de Potosí, de la fiesta kallawayá de devoción de la Virgen del Carmen en Charasani".¹¹ En el planteamiento de Cajías es muy sugerente esta visión de la identidad como autoafirmación, encuentro e interculturalidad.

10 Miguel Antonio Carretón, *El espacio cultural latinoamericano. Bases para una política cultural de integración*, Santiago de Chile, Convenio Andrés Bello y

Fondo de cultura económico, 2003, pág. 57.

11 Cajías de la Vega, *op cit.*, pág. 58

–en los términos de Arturo Escobar– es decir, como diálogo entre culturas en contextos de poder. "No puede darse ninguna identidad fuerte sobre la base de complejos de inferioridad o inequidades. En un país como Bolivia que, por culpa de la política y la mala administración, está en constante polémica y frustración, la fiesta es uno de los elementos más importantes de orgullo y de sentimiento de pertenencia".¹²

La fiesta posee una multiplicidad de dispositivos identitarios que permiten sentir la celebración como propia e identificable frente a los extraños (por ejemplo a los visitantes a los que se permite participar en ella, pero a los que de algún modo se considera alejados de los significados más entrañables de la fiesta) pero sobre todo es una promotora de identidad local, comunitaria. A ello alude Carmen Elena Alemán en su análisis de la fiesta venezolana del Corpus Christi y sus diablos danzantes. Mirta Buelvas en su estudio sobre el carnaval de Barranquilla o William Villa en su investigación de las fiestas y carnavales en el Chocó colombiano. "Es así como los carnavales –dice– se han de mirar como el territorio experimental donde la etnia corrió a ensayar sus síntesis, a representar las falsas alternativas que en algún momento asumió, a recorrer el camino del pasado para recuperar fragmentos que amenazaban olvido, a construir el lenguaje necesario al proyecto colectivo que en su conjunto apenas aparece esbozado y a frecuentar el dominio imaginario donde la comunidad se reconoce en estado de libertad".¹³

Existen, por supuesto, numerosos debates acerca de las dimensiones que constituyen hoy en día la identidad y sus vínculos con lo auténtico, que algunos identifican con lo tradicional y aún más extremadamente con lo que no cambia ("la identidad como ser fiel a los orígenes"). La inserción de algunas fiestas en los circuitos del mercado y en ciertas lógicas comerciales, ocasionan críticas frecuentemente controversiales, que a veces desconocen que son "dramatizaciones dinámicas de las experiencias co-

12 *Ibid.*, pág. 59.

13 William Villa, "Carnaval, política y religión. Fiestas en el Chocó", en Gaceta, Ministerio de

Cultura n° 47, junio-diciembre de 2000, pág. 161.

lectivas" (García Canclini, 1989). En *Carnaval carioca: fiesta de una nación, espectáculo para el mundo*, Edson Farias presenta dos versiones contrastantes sobre el desfile de las principales escuelas de samba en Río de Janeiro. "Un conjunto de críticas (y críticos) –dice– detectó la intromisión de la sociedad totalizadora capitalista en las transformaciones ocurridas en el meollo del ritual que lo habrían fijado como algo próximo de un *show business* de calle" Los agentes y agencias del sistema político-económico hegemónico, dice el autor, estarían a su vez interesados, sobre todo, en la ganancia obtenida con la mera y pasajera diversión. "De allí la vigencia del sensacionalismo proporcionado por la exhibición fugaz de los artefactos vinculados al hedonismo y a la sensualidad (y aún a la sexualidad). Desde otra perspectiva, Maura Laura Viveros de Castro e Calvancanti (1994) interpreta la espectacularidad como intrínseca al proceso social y a la forma cultural del desfile del carnaval.

La cohesión social que posibilita la fiesta se manifiesta en la participación de los barrios, la constitución de sociedades y cofradías; pero es también cohesión de quienes se sienten miembros de una comunidad, partícipes de tradiciones comunes. Refiriéndose al carnaval de Xicayán en México, Amparo España dice que es la fiesta en que se congregan todos, viejos, jóvenes y niños, letrados e iletrados, "priistas y perredistas, además de todos los barrios en que se divide la comunidad; los danzantes se organizan, así mismo, a partir de su pertenencia barrial. Haciendo lo propio con el Carnaval de Barranquilla Mirta Buelvas afirma que "La fiesta sirve también, y especialmente para estrechar lazos afectivos con los amigos, con la familia, con los vecinos".¹⁴

IV. Fiesta y religiosidad: Las manifestaciones del sincretismo

En *La guerra de las imágenes*, Serge Gruzinski muestra el portentoso encuentro entre la imaginación cris-

tiana y la indígena, turbulento, terrible y al final, duramente sincrético. Hasta tal punto que observa una relación entre el ascetismo franciscano del primer arzobispo de México y el muralismo, y el barroquismo jesuítico (que permitía las mezclas) y Televisa.

La experiencia de la fiesta popular en nuestros países es la experiencia del sincretismo; fundamentalmente de la mezcla de cosmovisiones y de los propósitos adoctrinadores de los conquistadores. Sin embargo el sincretismo se bifurca en otras formas de mezclas: de lo campesino con lo urbano, de lo tradicional con lo moderno, de lo oral con lo audiovisual, de las culturas populares con las manifestaciones de las culturas globales. En su análisis de las fiestas del Chocó, Villa encuentra la existencia de un contexto religioso independiente y en algunos casos antagónico a la racionalidad católica, mientras que Sevilla observa en carnavales mexicanos, un sincretismo religioso que está estrechamente vinculado a la etnicidad. Cajías recuerda que la devoción religiosa es el motor principal de la mayoría de fiestas colectivas en Bolivia. Moyano observa que el 2 de enero los campesinos bajan con flores, música y canciones y le piden permiso a la Virgen de las Mercedes, la "michita linda", "que podría ser la versión sincrética de Pachamama, con el revestimiento del catolicismo tradicional de la región" y Carmen Elena Alemán en su libro, "Corpus Christi y San Juan Bautista" (1997), afirma que la iglesia aseguró el desarrollo de la religiosidad popular "ligando los santos católicos y el calendario con deidades indígenas y ciclos rituales"; las fiestas populares venezolanas, según la autora, están unidas al ciclo de Navidad o solsticio de invierno y al ciclo de San Juan Bautista o solsticio de verano. Al ciclo lunar pertenecen la Semana Santa, las Ascensión, Corpus Christi y el Domingo de Ramos.

En la tipología construida en la primera parte de este trabajo, Olga Pizano ubica dentro de un primer grupo de fiestas a las religiosas y además resalta el

¹⁴ Mirta Buelvas, "La fiesta del Caribe", en *Cultura y carnaval*, María Cristina Gálvez y Jaime Hernán Cabrera (compiladores),

Pasto, Ediciones Unariño, 2000, pág. 86.

papel que tuvo en las fiestas latinoamericanas la interrelación de festividades religiosas traídas por los españoles. Que además se encuentran con la visión de los indígenas y de los afrodescendientes.¹⁵

V. La participación en la fiesta

La participación es un eje fundamental de la fiesta. Ella convoca a los barrios, a las autoridades, a los medios de comunicación, los visitantes y las empresas; se trata de procesos de participación diferentes aunque casi siempre articulados. Grupos especializados de la fiesta, conducidos por algún protagonista principal, suelen ser la base central de la fiesta: cofradías, barrios, comparsas agrupan personas de la localidad, ligados a la fiesta por la tradición, habilidades especiales y funciones específicas dentro del festejo. Pertenecer a estos grupos da prestigio y estatus dentro de la comunidad y habitualmente se tienen procesos de ingreso y mantenimiento de la cofradía, definidos por reglas ancestrales.

Gisela Cánepa Koch, al referirse a las comparsas de una fiesta popular de Cuzco, afirma que sus danzantes tienen exclusividad, deben pertenecer a determinadas familias, tener ingresos económicos que permitan cubrir gastos para adquirir y renovar el vestuario y hasta una determinada presencia física. "Los lazos que unen a los distintos miembros del grupo deben estar basados en la solidaridad y la reciprocidad en todos los ámbitos de la vida".¹⁶

Mirta Buevas recuerda que en el carnaval de Barranquilla hay diferentes modalidades de grupos, ya sean las cumbiambas, las danzas tradicionales, las comparsas, las danzas relacionales como las del Parloteo, las de los Goleros o gallinazos, las del caimán y los grupos de letanías.

Las diabladas, las danzas de caporales y las morenadas en Bolivia, por ejemplo, son "danzas de

prestigio y poder, así como vehículos de integración no sólo en las grandes fiestas urbanas, sino en las fiestas del pueblo".¹⁷

Las sociedades de Chuao, que reseña Carmen Elena Alemán en su estudio de las fiestas del Corpus Christi en Venezuela, son las encargadas de su organización y están compuestas por la del Corpus Christi controlada por hombres y la de San Juan Bautista, por mujeres. Tienen muchos miembros y como lo señala la investigadora posiblemente se originaron en las confraternidades religiosas que se establecieron en Caracas entre los siglos XVII y XVIII. "Son responsables –anota– de los diferentes aspectos de las celebraciones, como la preparación del festival, los ensayos, la organización de las diferentes partes de la fiesta, la coreografía, la confección de las máscaras y vestuarios, danzas, músicas, cantos y poemas. Estas festividades preservan y mantienen tradiciones que vienen desde el tiempo de la esclavitud y se originaron en la época de la colonización española. Constituyen fuentes de energía, vitalidad y alegría. Los miembros de estas corporaciones gozan de un significativo aprecio, que permea otros aspectos de la vida del lugar, como lo es la regulación o establecimiento de controles sociales en el pueblo de Chuao".¹⁸

En el carnaval del Diablo en Riosucio (Colombia), las cuadrillas que participan en el desfile en su honor escogen temas, los musicalizan, diseñan y confeccionan los disfraces y "le cuentan al diablo lo que está pasando en ese momento, ya sea presentándole quejas o rindiéndole informes". Además, como recuerda Misael Torres,¹⁹ la junta del carnaval constituida por viejos carnavaleros y matachines-poetas "cesan en sus funciones" al alcalde y al comandante de la policía para declarar conformada la República del Carnaval, determinando cómo se debe portar el pueblo durante las festividades y facilitando la expresión de la gente.

15 Existen numerosos e importantes estudios sobre el tema de autores como Fernando Ortiz y Lydia Cabrera en Cuba, Paulo Carvalho Neto sobre Ecuador, Beltrán Aguirre en México, Nina de Friedmann y Jaime Arocha en Colombia, Arturo Ramos, Manuel

Querino, Gilberto Freyre y Edison Carneiro en Brasil, entre otros especialistas.

16 "Dinámicas de existencia de las danzas devocionales en el mundo contemporáneo", en Encuentro para la promoción y di-

fusión del patrimonio folclórico de los países andinos, Cartagena de Indias, octubre de 2000, pág. 18.

17 *Capas de la Vega, op. cit.*, pág. 63

18 Carmen Elena Alemán, *Corpus Christi y San Juan Bautista,*

Caracas, Fundación Bigott, 1997, pág. 28.

19 "Diablos y Carnavales en América", en *Influencia y legado español en las culturas tradicionales de los andes americanos*

En el caso de las fiestas populares cubanas se menciona las llamadas fiestas de "bandos" que son grupos que compiten entre sí, tratando de lucirse en diferentes actividades que comportan habilidades como la monta de caballos y las carreras de cintas o de sortijas.

Las fiestas, a su vez, suelen tener figuras protagónicas que orientan, deciden, aplican las normas durante el festejo. Son obviamente posiciones de prestigio, respaldadas por el conocimiento de las tradiciones y la aceptación del pueblo. En las fiestas del Chocó estudiadas por Villa, un miembro de la Junta de Fiestas es el encargado de "dirigir el rito, él orienta las acciones"; los Tatamandones del carnaval de San Pedro Xicayán en México toman las decisiones trascendentales para el pueblo, la madrina del barrio en el caso de algunas fiestas cubanas²⁰ y los caporales de la fiesta de la Virgen del Carmen de Paucartambo en el Cuzco presiden las asambleas, hacen cumplir las reglas, ejecutan los castigos y son los representantes de la comparsas hacia el exterior (Cánepa Koch, 2000).

VI. Diversidad cultural, memoria y fiesta

La fiesta suele ser una celebración de la diversidad. En ella se expresan diferentes tradiciones y múltiples actores, se entrecruzan afiliaciones étnicas y se combinan, en una especie de escenificación pública, las manifestaciones más diversas, desde el goce de la gastronomía hasta la exaltación de la danza, el sentido religioso o las transgresiones de las rutinas cotidianas.

La condición caleidoscópica de la fiesta no puede hacer olvidar los lazos que unen sus actividades, así ellas aparezcan inicialmente como fragmentos con existencia propia y autónoma. El engalanamiento de los lugares se encuentra con la disposición de los alimentos y los rituales de la comida; las músicas se entrecruzan con la iconografía, los disfraces y las máscaras. Danzantes vestidos de diablos celebran la

exaltación del Corpus Christi, garabatos y parcas anuncian la fragilidad de la existencia abandonada a la fruición de la celebración y el disfrute de los placeres, jinetes en caballos enjaezados replican en lejanas comunidades campesinas ceremonias medievales. Un fuerte hilo simbólico une todas estas manifestaciones de la creatividad, combinando tradición con innovación, pertenencias cerradas con interacciones desafiantes.

"Los niños de los sanjuaneros aprenden por imitación a bailar en estilo similar al de sus padres, aunque la nueva generación de danzantes ha sido influenciada por ritmos de los *mass media*, que muchos de los jóvenes incorporan a sus bailes: Lo cual no significa que no estén en capacidad de realizar las danzas de Chuao al modo tradicional. Las sanjuaneras, entendiendo el fenómeno, les permiten bailar según el nuevo estilo, por un periodo durante la festividad. Pero después les exigen que dancen en la forma de Chuao y los jóvenes inmediatamente lo hacen, sin ningún asomo de objeción o rechazo".²⁰

Todo este panorama de la diversidad está también relacionado, de muchas maneras con la memoria. Por una parte, porque las fiestas suelen tener procedimientos de socialización en las prácticas festivas y porque las comunidades tienen diferentes mecanismos para lograr el aprendizaje de los niños y los jóvenes. Además hay figuras que garantizan la pervivencia de la tradición, que como se observa en el testimonio etnográfico de Carmen Elena Alemán, son capaces de comprender el significado de los conocimientos ancestrales, como también los anuncios del cambio y las transformaciones culturales. Pero por otra parte, la fiesta es parte de la memoria colectiva, de aquello que une, a través del tiempo a las comunidades. Hay numerosos ejemplos de retorno a las festividades o de extrapolación de la fiesta a otros lugares, en los que se concentran núcleos grandes de determinadas poblaciones que se identifican a través de la replicación de la fiesta. William

²⁰ Alemán, *op cit*

Perú. Carnaval de Andahuaylas, Apurímac

Fotografía: Walter Wust / PromPerú



Villa dice que para el chocono la fiesta es la posibilidad de penetrar el espacio donde los fragmentos de una memoria colectiva disgregada "esperan la gramática que les dé sentido". Juan Carlos Moyano escribe que la fiesta permite recuperar la fuente de la memoria que no es inmóvil sino viva y Adriana Maya sostiene que uno de los grandes retos de la identificación de lo africano en los países andinos "pasa por la definición del concepto de memoria. Es decir, la manera como han registrado su pasado y las estrategias culturales mediante las cuales transmiten a las nuevas generaciones todas aquellas informaciones necesarias para reproducir la identidad y el sentido de pertenencia a su grupo".²¹

Mirar las fiestas desde lo social. Una propuesta preliminar

La propuesta de un modelo de impacto económico de las fiestas está acompañada, por una parte, de una reflexión preliminar sobre el patrimonio intangible y además de un esfuerzo por construir una tipología de las fiestas que finalmente es un intento de ordenamiento clasificatorio, tal como lo señaló Michel Foucault en *Las palabras y las cosas*, cuando se refirió explícitamente a la constitución de la episteme del cuadro, que dio lugar a la teoría del valor, la lingüística comparativa y las taxonomías botánicas. Una tipología es una apuesta por una forma de comprensión y en el fondo por una manera específica de ordenamiento del mundo.

Dentro del modelo económico se buscó incluir, así fuese preliminarmente algunas variables sociales, que pudiesen ser exploradas a partir de formularios, respondidos básicamente por los organizadores y expertos de las fiestas estudiadas. Algunas de las preguntas pueden ser válidas para los participantes en las fiestas, ya sean directos o visitantes.

Se trata de un acercamiento provisional además restringido por las propias definiciones instrumentales: el uso del cuestionario y la entrevista.

21 Adriana Maya, "Fiesta y corporalidad africana en Colombia", en *Influencias africanas en las culturas tradicionales de los paí-*

ses andinos, Santa Ana de Coro, 2001, págs. 58, 59.

22 Las preguntas aquí mencionadas acompañan a las de los

Sin embargo, la información más valiosa sobre lo social de las fiestas se debería recoger a partir de otras metodologías como la etnografía, el estudio sociológico, las entrevistas a profundidad o las historias de vida entre otros, acompañados de un complejo proceso interpretativo. Para este primer ejercicio se escogieron las siguientes dimensiones que después se verán reflejadas –también parcialmente– en el formulario que también fue contestado en algunos ejercicios de prueba. Uno de ellos se transcribirá más adelante como un ejemplo de la capacidad descriptiva de las preguntas escogidas.

VII. Las dimensiones consideradas

- Participación social: presencia activa de diferentes sectores/actores de la comunidad en la organización y desarrollo de la fiesta. Cuánto y cómo se involucra la gente en la fiesta.
- Identidad: posibilidad de identificación social y cultural alrededor de la vivencia de la fiesta. Grado de pertenencia social de la fiesta.
- Diversidad cultural: expresión de diferentes perspectivas culturales (tradiciones, manifestaciones étnicas, experiencias religiosas, sentidos de lo lúdico, expresiones artísticas) en la preparación y desarrollo de la fiesta.
- Cohesión social: integración de los diferentes sectores/actores sociales y culturales alrededor de la preparación y el desarrollo de la fiesta.
- Apropiación social: formas individuales y sociales a través de las cuales los grupos y actores sociales y culturales hacen propia la fiesta.

Formulario dirigido a organizadores de la fiesta y a expertos conocedores de la fiesta—

a. De las personas que asisten a la fiesta:

1. ¿Cuántas estiman que asisten sólo como observadores a la fiesta? _____
2. ¿Cuántas participan directa y activamente en la fiesta? _____

formularios propuestos en el capítulo 2.

b. ¿Cómo se prepara la fiesta? Si es posible, por favor, describa sus fases más importantes _____

c. ¿Cuáles son los grupos que participan en la fiesta? _____

d. Los grupos que participan en la fiesta:

1. Permanecen después de ella _____
2. No permanecen después de ella _____

e. ¿Quiénes son los principales protagonistas de la fiesta? _____

f. ¿Cuáles son las principales razones que fundamentan el significado de la fiesta? _____

g. ¿Cuáles son los principales símbolos de la fiesta? _____

h. ¿En qué lugares se realiza la fiesta? _____

i. ¿Cuáles son aquellas actividades de la fiesta en que participa más la gente? _____

j. ¿Qué repercusiones sociales resaltaría usted más de la fiesta? _____

k. Los medios de comunicación que participan en la fiesta son:

1. Radios comunitarias
2. Radios comerciales locales
3. Radios comerciales nacionales
4. Canal de televisión local
5. Canal de televisión de cobertura nacional
6. Periódico regional
7. Periódico nacional.
8. Internet
9. Otro medio de comunicación. ¿Cuál? _____

l. Señale las dos características más importantes de la fiesta:

1. La celebración religiosa
2. La comida-gastronomía
3. Los vestidos y disfraces
4. El baile
5. La música
6. Las comparsas y desfiles públicos
7. Juegos y concursos

- 8. Transmisión por los medios de comunicación
- 9. Otra. ¿Cuál? _____

- m. La fiesta es promovida fundamentalmente por:
- 1. Las autoridades civiles
 - 2. La iglesia
 - 3. Organizaciones de la sociedad
 - 4. Empresa privada
 - 5. Otro. ¿Cuál? _____

n. ¿Se han hecho estudios sociales o antropológicos sobre la fiesta? : Si _____ No _____

o. Señale, por favor, los más importantes en su opinión (coloque, por favor, título, autor, entidad que lo publicó, ciudad y año de publicación): _____

- 6. Se pretende recoger en la pregunta "f" las razones que expertos y personas en general, conocedoras de la fiesta aducen habitualmente para sostener su importancia social y cultural.
- 7. En la pregunta "g" se busca resaltar las principales expresiones simbólicas de la fiesta (personajes, bailes, músicas, etc).
- 8. En la pregunta "j" se busca reconocer los efectos sociales más importantes que en la opinión de quienes respondan el formulario tiene la fiesta analizada.
- 9. Sería muy valioso que se adicionara a la respuesta de la pregunta "o" ya sean resúmenes de los estudios, direcciones electrónicas en las que se pudiera acceder al material o personas expertas en la fiesta.

Dimensiones sociales de la fiesta: la aplicación del cuestionario para el análisis de una fiesta en Venezuela: Los Zaragozas o la fiesta de los Santos Inocentes de Sarare.

Aunque existen apreciaciones diferentes entre las personas consultadas sobre el grado de participación en la fiesta, es evidente el mayor número de visitantes que de lugareños, aunque los primeros no sólo observan sino que cantan y bailan.

El reconocimiento de los diferentes pasos que tiene la fiesta de los Zaragozas, que pertenece a la clase de fiestas andinas denominadas de locos y locainas, es claro. Comienza con una colecta de limosna que hace el conjunto musical mientras se organiza la lista de promesas que han de cumplirse. La capitana prepara el altar desde donde partirán los enmascarados. El 28 de diciembre se inicia a las seis de la mañana con el *rompimiento* y termina a las seis de la tarde con el *encierro*. El rompimiento ocurre delante de un altar improvisado en la casa de la capitana donde se reza y se entonan coplas, continuando con la asistencia a dos iglesias para escuchar los oficios religiosos; luego los enmascarados bailan con los niños que cumplen promesa y continúa la fiesta por todo el pueblo al tiempo que se cumple con las promesas en las casas de los vecinos. Finalmente se regresa al altar de la casa de la capitana donde después de algunos rezos los Zaragozas se despojan de las máscaras.

Instrucciones

- 1. Este formulario está dirigido a organizadores o responsables de las diferentes actividades de la fiesta y a expertos conocedores de ésta.
- 2. El objetivo fundamental del formulario es tener un primer acercamiento a las dimensiones sociales y culturales de la fiesta que debe ser complementado con estudios documentales y cualitativos, especialmente etnográficos e históricos.
- 3. La pregunta "b" intenta conocer los grandes momentos que tiene la fiesta.
- 4. La pregunta "c" busca detectar los diversos grupos (ejemplo: comparsas, de organización, de seguridad, etc) que habitualmente tiene la fiesta y que logren dar una idea sobre el tipo de asociación que se produce en ella.
- 5. En la pregunta "e" se entiende como protagonistas a los individuos o grupos que son fundamentales en la realización de la fiesta.

Los grupos son musicales, uno de viejos y otro de jóvenes y más recientemente se han conformado también grupos de disfrazados. Los principales protagonistas de la fiesta son los capitanes, el abanderado, los conjuntos musicales y los disfrazados.

La fiesta tiene un aspecto religioso y otro profano. El primero representado por la fe en los Santos Inocentes que se expresa en la asistencia a los ritos religiosos, el pago de promesas y el cuadro simbólico. El segundo, por "La libertad, la fiesta, la alegría, los disfraces, las burlas y juegos, el baile y también el consumo de licor. En el pasado la iglesia se oponía al aspecto profano, sin embargo ya lo han aceptado como parte inseparable de la fiesta de los Zaragozas".²³ Como señala Manuel Antonio Ortiz aquí están sincretizados el espíritu y la devoción cristiana con el derroche carnavalesco y pagano.

Las repercusiones sociales que más destacan los encuestados son:

El intercambio entre la gente local y los visitantes, "la participación, la colaboración y el orgullo de los sanareños" como dice la Capitana, el acercamiento a la prensa "que permite ampliar la sociabilidad y formarse un sentido de pueblo dentro de un entorno más amplio, bien regional, nacional o internacional, reafirmando aún más el orgullo y la identidad local. La fiesta también brinda la oportunidad de ejercitarse en valores de cooperación, participación y solidaridad colectiva" tal como señala el Cronista Municipal.

Se afirman entonces en la fiesta la identidad, el orgullo en sí mismo y la cooperación. Pero también se tiene una valoración más amplia del pueblo y se establece una relación particular frente a los visitantes.

La fiesta es promovida fundamentalmente por organizaciones de la comunidad y las autoridades civiles.

"Los visitantes y turistas —escribe Ortiz— se han convertido en una nueva fuente de ingresos, no sólo por exigir mayores servicios de hoteles y restaurantes sino que además de la tradicional limosna que le obsequian a los locos o zaragozas, éstos les venden los disfraces y las máscaras, lo que está motivando a una mayor participación juvenil. Este hecho, no obstante, amenaza la esencia y los símbolos que le dan sentido a esta fiesta. Finalmente, aunque la significación religiosa ha mermado, el valor simbólico de la identidad cultural local y pertenencia al terruño se ha incrementado, por lo que creemos con María Valeria, que tendremos "Zaragozas para rato".²⁴

En este análisis de la fiesta de los Zaragozas se revelan de manera muy precisa varias de las reflexiones que se han hecho a través de este texto. Por una parte se resalta el encuentro entre lo tradicional y lo moderno, entre la tradición y la innovación; una tensión que pone a prueba la relación entre lo propio y lo extraño, pero que a la vez registra la ubicación que permite la fiesta del entorno local en contextos mucho más amplios, incluso internacionales. Lo económico se vive intensamente, ya sea como parte directa del ritual (por ejemplo a través del pago de limosnas) o como dimensión conexas con ella. En efecto, las máscaras y los disfraces, como escribe Ortiz, están facilitando la incorporación de los jóvenes en la fiesta. La complementariedad entre lo sagrado y lo profano también sufre desequilibrios y refuncionalizaciones, sin que por ello se deteriore el sentido de la fiesta como celebración de la identidad local y la afirmación del sentido de pertenencia. Las fiestas siguen siendo entonces, uno de los lugares sociales del encantamiento del mundo.

23 Testimonio de José Anselmo Castillo al responder el cuestionario. Es el Cronista Municipal del pueblo de Sarare, estado de Lara, Venezuela y autor del tra-

bajo "Festividades de los Santos Inocentes o Los Zaragozas de Sarare".

24 Manuel Antonio Ortiz, "Donde la brisa sopla con rima", en

revista Bigott, n° 46, julio-agosto-septiembre de 1998, pág. 38.

POLÍTICAS CULTURALES DE APOYO AL PATRIMONIO CULTURAL INTANGIBLE DE LAS LOCALIDADES: EL CASO DE LAS FIESTAS

LUIS ALBERTO ZULETA J.

LINO JARAMILLO G.



Introducción

En los capítulos anteriores se hizo énfasis en la relación estrecha que existe entre la cultura y la diversidad cultural, por un lado, y el desarrollo económico y social de los países, por el otro. La globalización, dependiendo de la interpretación que se le dé, puede ser considerada como una amenaza o como una oportunidad para el patrimonio cultural de los diferentes pueblos.

Las fiestas, como parte importante de dicho patrimonio local pueden también estar sujetas a influencias externas, que las pueden transformar en forma positiva, como un organismo vivo que se modifica y se adapta a las nuevas circunstancias, sin perder necesariamente su significado cultural y la importancia social que tenían inicialmente; o pueden también ser transformadas para responder a necesidades netamente económicas de algunas empresas o gobernantes que giran alrededor de la misma, en una estrategia de "marketing" que busca maximizar las utilidades de las primeras y los intereses de los segundos, no importa si de paso se desvirtúan los elementos que fundamentan los procesos de identificación cultural y cohesión social de las fiestas. El ideal, por supuesto, debe establecerse en algún punto intermedio, de tal forma que sin perder su ideario original se le pueda dar a las fiestas una sostenibilidad que permite la parte económica.

Las ciudades y sus culturas desempeñan un papel importante en el desarrollo global y en la neutralización de las consecuencias negativas de la globalización. A la ciudad –epicentro de etnias, culturas y conductas– se le plantea el problema de ser reconocida como un espacio de interacción positiva

de lo local y lo mundial, y como un lugar en el que la diversidad se pueda plasmar en la realidad mediante proyectos de integración cooperativos. Se considera, en fin, que los profesionales de la cultura y los artistas pueden contribuir a estimular la creación de empleos en todos los sectores laborales, dentro y fuera de sus límites geográficos y sociales, al tiempo que dan un sentido o significado a la sociedad configurando las aspiraciones individuales y colectivas.¹

Aquí es donde deben aparecer los gobiernos y los organismos multilaterales en apoyo de las expresiones culturales locales, tal como se describió en el capítulo anterior, cuando se explicó el cuarto modelo de interpretación de la relación entre globalización y diversidad cultural, según descripción de la profesora Crane.

En este capítulo se plantean una serie de elementos que pueden conformar una política cultural de apoyo a las diversas formas en que se manifiesta el patrimonio cultural de los pueblos, como en el caso de las fiestas. La política, por supuesto, también debe incorporar elementos de política acerca de aspectos económicos y sociales vinculados a las fiestas, como es el caso del turismo y sus efectos sobre las ciudades.

En este estudio no se desarrollan desde el punto de vista jurídico las recomendaciones vertidas en instrumentos directos e indirectos, ni se precisa para cada caso el alcance de la norma y sus posibles excepciones. Se entiende que cuando se habla de exenciones o rebajas de impuestos se está recomendando una exención total o parcial, aspecto que debe ser resultado de las discusiones entre los agentes interesados y el Estado.

¹ Unesco, "Conferencia intergubernamental sobre políticas culturales para el desarrollo", Estocolmo, 1998.

1. Bases de las estrategias y políticas culturales en defensa de las expresiones culturales locales intangibles

Para esta sección se toman diversos textos acordados por los países en los foros internacionales (Unesco y otros) como bases fundamentales para el diseño de las estrategias y políticas culturales que deberían seguir los países y los organismos multilaterales.

En estos foros se enfatiza de una manera ya unánime y persistente que “la relación entre cultura y economía, como una aproximación necesaria del reconocimiento de la diversidad cultural, favorece la competitividad y la inclusión social...” (VII Conferencia iberoamericana de cultura - VII CIC, 2003).

Justamente, en la Conferencia intergubernamental sobre políticas culturales para el desarrollo - CIPCD, reunida en Estocolmo en 1998, se “destacó la importancia de reconocer la dimensión cultural en el desarrollo, afirmando e intensificando las identidades culturales, ampliando la participación en la vida cultural, promoviendo la cooperación cultural internacional”. Como consecuencia de ello, se recomienda en este foro que “las políticas de desarrollo de los Estados miembros debieran tener en cuenta el papel de los factores culturales”, es decir, debe existir una política cultural explícita en el plan de desarrollo correspondiente.

Respecto a las fiestas, es difícil pensar que exista una política específica para ellas, independiente de las políticas culturales más amplias. Posiblemente es más factible esperar que a las fiestas, dada su importancia no sólo cultural y social sino también económica, principalmente por su atracción sobre los turistas, se les ofrezca un apoyo especial dentro del ámbito más general de la política cultural. Inclusive, es posible imaginar que se diseñen algunos instrumentos específicos para apoyar la realización de estos eventos, siempre y cuando se cumplan algunas condiciones:

a. No se sustituya la acción privada.

- b. No se interfiriera desde el Estado con la creación y expresión artística y,
- c. Se ocupe la acción estatal por apoyar directamente el tipo de acciones que no son atractivas para la iniciativa privada, pero sí son importantes para la preservación de las fiestas, como la investigación sobre ellas, la educación en la cultura, la infraestructura pública de las ciudades que realizan las fiestas y la financiación de la presentación masiva de eventos públicos de las fiestas en beneficio de los sectores de menores recursos.

En lo que sigue se ha adaptado para el tema de las fiestas algunas de las recomendaciones de política, a nivel de la literatura existente a favor del patrimonio cultural.

Teniendo en cuenta lo anterior, una estrategia de apoyo gubernamental a las fiestas como factores de desarrollo cultural, social y económico debería contemplar los siguientes puntos (Cuadro 13):

1.1 Consideraciones generales

- Estar apoyada y fundamentada en un plan estratégico que contemple horizontes del mediano y largo plazos. Dicho plan debe incluir todos los elementos que se mencionan a continuación, además de impactos y resultados esperados (en los ámbitos cultural, social y económico), objetivos, metas e indicadores de logro.

El plan estratégico (o las formulaciones de política acerca del patrimonio cultural en general) debería reconocer, en especial, el carácter dual de los productos culturales (como las fiestas), al mismo tiempo objetos comerciales e instrumentos de identificación cultural y cohesión social.

Lo mismo ocurre con el concepto de “diversidad cultural” que debería explicarse incorporando al mismo tiempo la idea de preservación de las culturas nacionales y la idea de

Cuadro 13
Posibles estrategias para una política de fiestas

<p>I. GENERALIDADES</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Plan estratégico 2. Integración del mismo al plan nacional de desarrollo 3. Fiesta como subsector y como dimensión transversal 4. Énfasis en diversidad cultural y participación ciudadana
<p>II PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN SU DISEÑO</p>	<p>Autoridades locales, promotores y organizadores, ONG's, organizaciones profesionales de creadores y actores, principales empresas comerciales y/o sus agremiaciones, etc</p>
<p>III COOPERACIÓN ENTRE NIVELES DE GOBIERNO</p>	<p>Relacionados con la cultura, el turismo, el desarrollo urbano, el empleo, las finanzas públicas, entre otros</p>
<p>IV. COOPERACIÓN ENTRE GOBIERNO Y SECTOR PRIVADO</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Entre empresas promotoras de las fiestas y empresas y agencias públicas relacionadas de alguna forma con las fiestas. 2. Apoyo a acciones y empresas que fomenten la diversidad cultural y la participación ciudadana 3. Apoyo a la formación de clusters en el caso de las fiestas 4. Promoción a creación de entes mixtos para apoyar diversos aspectos de las fiestas. 5. Promoción de la agremiación de directores y promotores de las fiestas
<p>V. LAS FIESTAS Y EL TURISMO</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Enfatizar relación turismo - sostenibilidad de las fiestas 2. Evitar externalidades negativas del turismo 3. Fortalecer relaciones entre promotores de fiestas y empresas públicas y privadas relacionadas con turismo.
<p>VI LAS FIESTAS Y LA EDUCACIÓN</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprensión de la diversidad cultural 2. Importancia de las fiestas para cultura, sociedad y economía 3. La cultura como dimensión de la educación 4. Empresarios con responsabilidad social y cultural.
<p>VII LAS FIESTAS Y LOS INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. La cultura y la sociedad de la información 2. Los medios de comunicación como vehículo para promocionar las fiestas.
<p>VIII CAPACITACIÓN DE EMPRESARIOS</p>	<p>Propiciar una mayor eficiencia con capacitación de promotores y administradores de las fiestas.</p>
<p>IX. INVESTIGACIÓN SOBRE FIESTAS</p>	<p>Promover directamente los estudios conceptuales y empíricos sobre las fiestas y, el inventario y registro de las mismas.</p>
<p>X DERECHOS DE LOS CREADORES</p>	<p>Protección de nombres, marcas, diseños, obras, etc.</p>

apertura a las demás culturas y a su producción.² Tanto en la educación formal como en la no formal es posible fomentar más activamente el respeto de la diversidad cultural. También es importante dar una dimensión educativa a las infraestructuras y servicios culturales existentes para todos los sectores de la sociedad (CIPCD, 1998).

- Ser parte de unas políticas generales, sectoriales y dimensionales que tengan la característica de ser integrales y que contemplen a la cultura (y a las fiestas en particular) no sólo como un sector de actividad cultural, social y económica sino como una dimensión transversal que se interrelaciona con todos los demás sectores. Promover para este fin la integración de las políticas culturales en las de desarrollo, en particular en lo que respecta a su interacción con políticas sociales y económicas.
- Las políticas culturales que apoyen a las fiestas deberán estar dirigidas a mejorar la integración social y la calidad de vida de todos los miembros de la sociedad sin discriminación y no únicamente de un sector de la sociedad. Las políticas culturales deben buscar en forma particular la manera de fomentar y fortalecer los métodos y modos de ofrecer mayor acceso de todas las capas de la población a la cultura, de luchar contra la exclusión, la marginación y asimismo de elaborar todos los procesos que favorezcan la democratización cultural (CIPCD, 1998).
- Las políticas culturales deben reconocer la contribución esencial aportada por los creadores, en el caso de las fiestas, para mejorar la calidad de vida, promover la identidad y fomentar el desarrollo cultural de la sociedad.

1.2 Participación ciudadana

- Las políticas culturales acerca de las fiestas deben diseñarse con la participación de representantes de los principales agentes interesados, principalmente de autoridades locales, empresas promotoras y organizadoras de las fiestas, ONG's relacionadas con las fiestas o con los efectos de las mismas, creadores y actores y sus organizaciones profesionales, además de agentes privados que tienen una participación importante en las fiestas como representantes de hoteles, agencias de viajes, empresas de transporte, empresas de bebidas y alimentos, entre otros.
- Un elemento esencial de la política acerca de las fiestas es el de promover actividades diseñadas para incrementar la conciencia y la participación del pueblo y los organismos que toman decisiones de importancia, de tal forma que se tengan en cuenta los factores culturales y sociales que giran alrededor de las fiestas, en el proceso de un desarrollo duradero. La cultura, y las fiestas no necesariamente son una excepción, pueden considerarse como factor que puede tener alguna importancia en procesos de transformación social, al estilo mockusiano.

1.3 Cooperación entre niveles del gobierno

- Deben diseñarse disposiciones que favorezcan el establecimiento de vínculos entre organizaciones gubernamentales que operan en el ámbito cultural, de turismo, de desarrollo urbano y de empleo, entre otros, y que puedan tener alguna interacción con el tema de las fiestas. Estos vínculos podrían variar dependiendo del

² Pierre Sauve, *Cultura y Economía: Los retos en juego*, OECD, 2002.



Venezuela. Los Zaragozas.
Fotografía: Nelson Garrido
Fundación Bat Venezuela.

ámbito de actuación del instrumento y en función de su contenido.³

- Como nos encontramos en un mundo caracterizado por una interdependencia creciente, la renovación de las políticas culturales acerca de las fiestas debe concebirse simultáneamente en los planos local, regional y nacional.

1.4 Cooperación entre gobierno y sector privado

- Aspirar, el gobierno y la sociedad civil, a lograr una asociación más estrecha para la elaboración y puesta en práctica de políticas culturales que estén integradas en las estrategias del desarrollo.
- En el mismo plano, promover el acercamiento entre las empresas promotoras y administradoras de las fiestas con empresas y agencias públicas y privadas que tengan que ver con los temas del turismo, el empleo, el comercio, las finanzas (impuestos y divisas, por ejemplo), las artesanías, la cultura y el desarrollo urbano. Este acercamiento debe hacer énfasis en la importancia de estos temas para las fiestas y viceversa.
- Animar, desde las políticas públicas, las acciones de la sociedad civil dirigidas al sostenimiento de la diversidad cultural, por medio de medidas a favor de iniciativas tales como microempresas e industrias culturales; redes de instituciones y servicios culturales; movimientos ciudadanos y comunitarios, y otras formas de organización de la sociedad civil que contribuyen desde la cultura de la fiesta a la inclusión social. Todo ello, procurando reducir los requerimientos y los costos administrativos.⁴
- Aplicar medidas de política industrial al ámbito cultural, como es el caso de las fiestas. Ca-

ben líneas de tipo general y horizontal, como son las "sociedades de capital riesgo" o la formación de *clusters* de cooperación entre empresas de un sector con el apoyo del gobierno.⁵

- La puesta en marcha de órganos globales mixtos, público-privado-social, como mecanismos de coparticipación y cogestión de los intereses en los efectos económicos, culturales y sociales de algunas fiestas de particular importancia, logrando así una mayor legitimidad a las decisiones comunes, una orientación adecuada y sinérgica en tanto se aprovecha el conocimiento de los representantes sectoriales y agentes sociales.⁶
- Promover la creación de agremiaciones de entidades promotoras de fiestas, por tipo de celebración pero aglutinadas en una gran federación nacional y de la Comunidad Andina, al estilo de los grandes gremios de los sectores agropecuario e industrial.

1.5 Las fiestas y el turismo

- Resaltar la vinculación estrecha entre el patrimonio inmaterial y el turismo cultural, como factor fundamental del desarrollo, que genera recursos orientados a la autosustentabilidad.
- Asegurar que el turismo guarde respeto hacia las culturas, el medio ambiente, las normas ciudadanas de convivencia y el patrimonio material, además de velar porque los ingresos generados por el turismo se utilicen para conservar de modo equitativo los recursos del patrimonio y para fortalecer el desarrollo cultural.
- Fortalecer e institucionalizar las relaciones entre los promotores y directivos de las fiestas y las autoridades y empresas públicas y privadas relacionadas con el turismo.

3 *Ibid*

4 VII Conferencia Iberoamericana de Cultura, *Declaración de Cochabamba*, Cochabamba, Bolivia, octubre de 2003.

5 Ramón Zallo, "Nuevas políticas para la diversidad las culturas territoriales en riesgo por la globalización", en revista *Pensar*

Iberoamericano, no 4, junio-septiembre de 2003

6 *Ibid*

Las fiestas sin visitantes

Debe ser meridianamente claro que la intervención del Estado en la cultura no debe estar limitada a las fiestas con visitantes ni a aquellas en que se genera un impacto económico positivo, tengan o no visitantes. La razón para ello se explicó en mayor detalle en el capítulo anterior, al enfatizar las diferencias entre lo que es una valoración económica, social y cultural y lo que es un estudio de impacto económico. En términos simples: lo valioso en un momento específico del tiempo no es únicamente lo que genera corrientes económicas sino lo que la gente (incluidos, por supuesto, los especialistas) consideran de alto valor.

1.6 Las fiestas, las tradiciones y la educación

- Promover el conocimiento y la comprensión de la diversidad cultural, fortaleciendo el contenido cultural en la educación formal y no formal, en particular respecto a la importancia del patrimonio inmaterial, incluidas las fiestas, para la cultura, la sociedad y la economía (CIPCD, 1998).
- Promover nuevos lazos entre la cultura y el sistema educativo, lo cual hace posible reconocer plenamente la cultura y el arte como una dimensión fundamental de la educación de cada uno, desarrollar la educación artística y estimular la creatividad en programas de educación en todos los niveles.
- Hacer concientes a los empresarios, mediante procesos educativos de múltiples vías, de sus responsabilidades sociales, de tal forma que se los interese en las tareas de preservación del patrimonio cultural inmaterial, del cual forman parte las fiestas, con una actitud que garantice

la sostenibilidad de dicho patrimonio. El sector privado y el comercial pueden tener intereses en la explotación de las fiestas y disponen, en muchas ocasiones, de más recursos que el mismo Estado.

1.7 Relación con medios e instrumentos de comunicación

- El surgimiento de la sociedad de información y el dominio general de las técnicas de información y comunicación constituyen una importante dimensión de la política cultural.
- Reconocer, entonces, el significado de las nuevas tecnologías de la información para la creación, conservación y expresión del patrimonio cultural en general, como en el caso de las fiestas y de la creación artística en general.⁷
- Alentar el compromiso de la radio, televisión, prensa y otros medios de comunicación por los asuntos relacionados con el desarrollo cultural, tales como la promoción de la cultura y sus expresiones locales, regionales y nacionales, como es el caso de las fiestas.
- Promover el desarrollo y el uso de las nuevas tecnologías y de los nuevos servicios de comunicación e información para la promoción cultural, social y económica de las fiestas y demás manifestaciones del patrimonio cultural. Fomentar el conocimiento del patrimonio cultural y natural mediante los medios virtuales que permiten las nuevas tecnologías.

1.8 Capacitación de empresarios

- Fortalecer la eficiencia en la organización y administración de las fiestas mediante programas de formación para administradores, directivos, promotores y especialistas en el estudio de este tipo de fenómenos culturales.

⁷ Unesco, *op. cit.*

1.9 La investigación sobre fiestas

- Fortalecer el estudio, el inventario y el registro del patrimonio cultural expresado a través de las fiestas, incluida la tradición oral, para posibilitar el diseño de instrumentos adecuados y eficaces para la ejecución de políticas de apoyo de dichas celebraciones (CIPCD, 1998).
- Destinar los recursos convenientes para la investigación cultural e información que sean necesarios para la conceptualización y ejecución de las políticas sobre las fiestas.

1.10 Los derechos de los creadores

- Apoyar artistas, diseñadores y artesanos clarificando, protegiendo y mejorando los derechos de creadores y consolidando estos derechos en relación con el mercado, tanto local como internacionalmente, protegiendo contra abusos comerciales (CIPCD, 1998).

2. Incentivos directos e indirectos de apoyo a las fiestas

Para promover la preservación de las fiestas, y evitar la interferencia de los gobiernos con las mismas, se debe dar preferencia al otorgamiento de incentivos indirectos más que apoyos financieros directos, como se mencionó en un anterior estudio de los consultores. Sin embargo, los gobiernos deben conservar la posibilidad de otorgar apoyos financieros directos en los casos que lo considere conveniente, de acuerdo a factores de empleo e ingresos, o de amenaza de pérdida de tradiciones populares de indudable valor cultural o social, principalmente en localidades de tamaño intermedio o pequeño.

Entre los incentivos indirectos se pueden mencionar los préstamos concedidos en condiciones preferenciales o más favorables, las exenciones de

regulaciones o impuestos a individuos o a ONG's y las deducciones o rebajas de impuestos de renta, predial o patrimonial y otros impuestos del nivel territorial, a las empresas promotoras o a aquellas que aporten a la realización y organización de las fiestas, principalmente para aquellos eventos de característica pública. También podría contemplarse el extender los incentivos que se otorgan en general a las pequeñas y medianas empresas (pymes) agrícolas, industriales y comerciales, a todas las organizaciones y empresas de dichos tamaños que participan directa o indirectamente en las fiestas, tanto en las actividades de organización y preparación como en los mismos eventos festivos.

En general, el régimen tributario especial a las corporaciones, fundaciones y asociaciones sin ánimo de lucro, cuyo objeto social principal y recursos estén destinados a actividades de preparación, promoción y realización de eventos de significado cultural, debe extenderse, si no las incluye, a las fiestas.

Las empresas organizadoras de las fiestas podrían verse beneficiadas con exenciones sobre el impuesto a la renta y, aún, con transferencias de tipo municipal, siempre que éstas sean permitidas por las leyes. Las transferencias no deben sustituir los esfuerzos del sector privado, es decir, deben estar condicionadas a la existencia de contrapartidas.⁸

Como incentivos directos que podría conceder el gobierno, en casos especialmente identificados de importancia cultural, social y económica, como se mencionó anteriormente, se destacan las concesiones a individuos o las donaciones o concesiones compartidas a ONG's. También pueden catalogarse en este grupo los aportes gubernamentales como capital semilla y las transferencias entre gobiernos e, inclusive, a ONG's mixtas.

Una lista no exhaustiva de posibles incentivos del Estado a las fiestas es la siguiente (Cuadro 14):

⁸ Avala O., Ispiano, "Instrumentos para la financiación y el desarrollo institucional de la conservación del patrimonio histórico inmueble", informe presentado al Ministerio de Cultura.

Cuadro 14

Posibles instrumentos para una política de fiestas

I. INCENTIVOS DIRECTOS	
A. EMPRESAS PROMOTORAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apoyo político y presencia física 2. Apoyo presupuestal del gobierno nacional 3. Apoyo presupuestal de los gobiernos regional y local
II. INCENTIVOS INDIRECTOS	
A. EMPRESAS PROMOTORAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Exención impuesto a la renta por reinversión en actividades preparatorias de la fiesta 2. Exención Iva o impuesto a las ventas sobre arrendamiento de espacios para eventos 3. Exención impuestos prediales o de otra índole, municipales (industria y comercio, p.e.) 4. Rebaja en tarifas servicios públicos durante la fiesta 5. Autorización de utilización de regímenes de importación temporal para activos relacionados con fiesta 6. Préstamos de fondos de inversión de institutos de fomento industrial públicos en condiciones preferenciales 7. Autorización de utilización de espacio público durante la fiesta 8. Préstamo a arrendamiento a tarifas preferenciales de instalaciones físicas del Estado, durante la fiesta.
B. EMPRESAS Y AGENTES QUE REALIZAN LOS EVENTOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Exención Iva o impuesto a las ventas sobre arrendamiento de espacios para eventos 2. Rebaja en tarifas servicios públicos durante la fiesta 3. Autorización de utilización de regímenes de importación temporal para activos relacionados con fiesta 4. Préstamos de fondos de inversión de institutos de fomento industrial públicos en condiciones preferenciales 5. Exención Iva o impuesto a las ventas sobre el costo de entrada a eventos públicos presentados durante la fiesta 6. Exención o reducción de tasas aeroportuarias de salida para personal de empresas y actores que realizan eventos 7. Préstamo a arrendamiento a tarifas preferenciales de instalaciones físicas del Estado, durante la fiesta.
C. EMPRESAS COMERCIALES	<ol style="list-style-type: none"> 1. Exoneración del impuesto de renta a las empresas que realicen su actividad en sitios históricos en la medida que inviertan en restauración 2. Reducciones en las tarifas de los servicios públicos a las empresas durante el periodo de la fiesta 3. Exención del Iva o impuesto a las ventas sobre las actividades que se desarrollen durante las fiestas. 4. Autorización de utilización de regímenes de importación temporal para activos relacionados con fiesta 5. Posibilidad de deducir del impuesto de renta sus inversiones en empresas promotoras de las fiestas.
D. AUTORIDADES LOCALES EN MUNICIPIOS PEQUEÑOS	Autorización para establecer peajes turísticos durante las festividades
E. GOBIERNOS NACIONAL, REGIONAL Y LOCAL	Autorización para otorgar permisos laborales a los empleados para asistir a determinados eventos culturales durante las fiestas

Apoyar, con su presencia, a los promotores y dirigentes de las fiestas en los actos de inauguración y en los principales eventos que se realicen.

Crear, mantener o incrementar las inversiones a nivel nacional para el desarrollo cultural y de las fiestas, en correspondencia con los objetivos, prioridades y planes generales para el desarrollo (CIPCD, 1998).

Incluir en una eventual revisión de las transferencias de los gobiernos centrales a los gobiernos territoriales una disposición que permita que las autoridades locales destinen más fondos para las actividades culturales, especialmente las fiestas, y alentarlas a que fortalezcan su papel en el campo del desarrollo cultural.

Concebir y desarrollar alivios fiscales para actividades culturales tipo fiesta con el fin de promover el apoyo del sector empresarial al desarrollo cultural y elaborar mecanismos que generen ingresos como fondos públicos o proyectos para las instituciones culturales, incluyendo las de las fiestas y el sector turístico (CIPCD, 1998). Estos alivios fiscales deben traducirse en tasas preferenciales de impuestos, que promuevan la inversión y el mecenazgo cultural, o en medidas como el *tax lease* o inversiones temporales de opción fiscal (Ramón Zallo). Se debe dar preferencia a los créditos fiscales (reducción porcentual en el impuesto a pagar) y no a las deducciones, como una forma de que sean aprovechadas por actividades que generen impuestos (ingresos).

Otorgar beneficios tributarios a las empresas promotoras de las fiestas, consistentes en exención total o parcial del impuesto a la renta por reinversión en las actividades preparatorias de las fiestas.

Conceder exoneraciones al impuesto sobre la renta proveniente de utilidades, como incentivo a la inversión que fomente el turismo hacia la fiesta, para

las empresas comerciales ubicadas en sitios históricos visitados por los turistas durante la fiesta, que inviertan en su mantenimiento y restauración.

Otorgar beneficios de exención o reducción en el pago de impuestos sobre los servicios de arrendamiento de espacios para exposiciones, ferias y otros eventos culturales que se presenten durante la fiesta.⁹

Aplicar exenciones de impuestos prediales o a la propiedad inmueble de las empresas promotoras o directoras de las fiestas. Ya sea con tarifas cero, reducidas, o a través de reducciones en la base gravable del impuesto.

Contemplar la posibilidad de que los municipios pudieran aplicar tarifas reducidas sobre los servicios públicos domiciliarios prestados por empresas públicas del municipio, a las empresas públicas, privadas y mixtas relacionadas con la atención directa a los turistas durante el periodo que dure la fiesta.

Liberar de impuestos y gravámenes a la importación de bienes requeridos para la instalación de infraestructura de producción que permita la presentación de espectáculos culturales abiertos al público durante la fiesta.¹⁰

Otorgar la posibilidad de importar de manera temporal los bienes o mercancías que se utilicen durante los eventos culturales de la fiesta (vestuario, decoraciones, máquinas, útiles, instrumentos musicales, vehículos, entre otros).¹¹

Estudiar con sumo cuidado la posibilidad de establecer peajes turísticos por parte de los municipios pequeños que realicen fiestas, con destino a obras que realcen las atracciones de las mismas, a gastos que demande la fiesta derivados de la presencia de los mismos turistas (limpieza, orden público, señalización, etc) y a actividades de promoción de las mismas. Debe limitarse el número de

9 Adaptado al caso de las fiestas de: Gonzalo Castellanos V., *Sistema jurídico de incentivos económicos a la cultura en los países del Convenio Andrés Bello*, Bo-

gotá, Convenio Andrés Bello-BID, 2003.

10 *Ibid.*

11 *Ibid.*

Venezuela. Los Zaragozas.
Fotografía: Nelson Garrido.
Fundación Bat Venezuela.



fiestas permitido por municipio y su duración, así como el monto del peaje, para evitar abusos.¹²

Una alternativa al peaje podría ser la de permitir el cobro de una pequeña sobretasa al IVA que se recaude en la localidad durante los días de la fiesta, con destino a financiar una parte de los gastos públicos que se generen con motivo de la fiesta.

Crear la posibilidad de acceder a préstamos de los fondos estatales de promoción o apoyo a la industria (si existen tales entes) a las empresas sin ánimo de lucro que sean promotoras de las fiestas o que actúen durante ella como parte programada de las actividades culturales de la misma.¹³

Autorizar exenciones sobre el impuesto a las ventas, o a los espectáculos públicos, para el caso de eventos que se presenten durante la fiesta.

Otorgar exención total o parcial de gravámenes de venta o consumo a las ventas a turistas, para las empresas que participen en la fiesta. Se incentiva así la promoción a las fiestas y la aparición de estadísticas pero se hace difícil precisar, para cada empresa, cuál es el monto de las ventas a turistas. Se sugiere más bien otorgar una exención sobre los incrementos reales (descontada la inflación) en ven-

tas durante la fiesta, respecto a fiestas anteriores o a períodos de ventas normales.

Conceder exoneración del pago de las tasas aeroportuarias o impuestos de salida de los países a quienes formen parte de las empresas o personas invitadas a presentarse durante las fiestas en eventos culturales.

Utilizar las declaratorias de patrimonio cultural, o el apoyo a las peticiones al respecto, para las fiestas que el estado considere de especial valor y de méritos suficientes desde el punto de vista social y cultural, como un incentivo a los organizadores, patrocinadores y actores de las fiestas.

Conceder autorización a los promotores y organizadores de las fiestas para que se utilice el espacio público durante las diferentes celebraciones.

Otorgar permisos laborales a los empleados públicos de los niveles nacional y territorial para que asistan a determinados eventos de las fiestas.

Entregar en préstamo transitorio, o mediante tarifas de arrendamiento preferenciales, algunas instalaciones físicas de propiedad del Estado para su utilización en las fiestas.

¹² *Ibid*

¹³ *Ibid*

Bibliografía

Primera Parte

- Abadía, G., *Compendio general de folklore colombiano*. Volumen 112, Bogotá. Biblioteca Banco Popular, 1983. (Primera edición, Instituto Colombiano de Cultura, 1970).
- Boero Rojo, Hugo, *Fiesta Boliviana*, La Paz, Industrias Editorial Los Amigos del Libro, 1991.
- Candela, Mariano, *Carnaval de Barranquilla*, Amalfi Editores, 2004.
- Coluccio, Félix, *Fiestas y costumbres de Latinoamérica*. Buenos Aires, Ediciones Corregidor, 2002.
- Condarco Santillán, Carlos, (Compilador). *El Carnaval de Oruro I*, Oruro. Casa Municipal de la Cultura, Latinas Editores, 2002.
- *El Carnaval de Oruro II*, Oruro, Casa Municipal de la Cultura, Latinas Editores, 2003.
- *El Carnaval de Oruro III*, Oruro, Casa Municipal de la Cultura, Latinas Editores, 2003.
- Convenio Andrés Bello, *Legislación cultural de los países del Convenio Andrés Bello*, Tomo I Bolivia, Tomo II Colombia, Tomo III Cuba, Tomo IV Chile, Tomo V Ecuador, Tomo VI España, Tomo VII Panamá, Tomo VIII Perú y Tomo IX Venezuela, Bogotá, Panamericana Formas e impresos, 2002.
- *Somos Patrimonio 1*, Bogotá, 1999.
- *Somos Patrimonio 2*, Bogotá, 2001.
- *Somos Patrimonio 3*, Bogotá, 2003.
- Eco, Humberto, —“Los marcos de la ‘libertad’ cómica”, en *Carnaval!*. México. Fondo de cultura económico, 1998. (Primera edición, 1984 en inglés).
- Encuentro para la promoción y difusión del patrimonio folclórico de los países andinos. I. Memorias. Cartagena de Indias, Colombia*, Bogotá, Dupligráficas Ltda., 2000.
- Encuentro para la promoción y difusión del patrimonio folclórico de los países andinos. II. Influencias africanas en las culturas tradicionales de los países andinos. Memorias. Santa Ana de Coro, Venezuela*, noviembre 2001. Bogotá, Dupligráficas Ltda., 2002.
- Encuentro para la promoción y difusión del patrimonio folclórico de los países andinos. III. Influencia y legado español en las culturas tradicionales de los Andes americanos. Memorias, Granada, España*, Bogotá. Dupligráficas Ltda., 2003.
- Encuentro para la promoción y difusión del patrimonio folclórico de los países andinos. IV. Culturas tradicionales territorio y región. Memorias, Lima, Perú, 2003*, Bogotá. Dupligráficas Ltda., 2004.
- Friedemann, Nina de, *Fiestas, celebraciones y ritos de Colombia*, Bogotá, Villegas Editores, 1995.
- Fundación Bat Colombia, *Las voces de la memoria. Conversatorios. Fiestas populares de Colombia 2001*, Bogotá, Sáenz y Cía. S.A., 2002.
- *Las voces de la memoria. Conversatorios Fiestas populares de Colombia 2002 y 2003*, Tomo III, Bogotá, Sáenz y Cía. S.A., 2004.
- Fundación Bigott, *Calendario de fiestas tradicionales venezolanas*, Caracas, La Galaxia, 2003.
- Fundación para el Desarrollo del Caribe – Fundesarrollo, “Carnaval de Barranquilla. Impacto económico local”, Barranquilla, 2002.
- Gran Poder, *Memorias*, La Paz, Servicios gráficos Unión, 1993.
- González Varas, Ignacio, *Conservación de bienes culturales. Teoría, historia, principios y normas*. Madrid, Manuales Arte Cátedra, Ediciones Cátedra, 1999.

- González Pérez, Marcos. "Fiestas estatales en Colombia", en *¡Fiestas!*, revista Credencial Historia, edición 93, Bogotá, 1997.
- "La Fiesta Republicana en Colombia, siglo XIX", en *Fiesta y Nación en Colombia*, compilador Marcos González Pérez, Bogotá, Editorial Magisterio, 1998.
- *Fiesta y Nación en Colombia*, Autor y compilador, Bogotá, Cooperativa Editorial Magisterio, 1998.
- *Fiesta y Región en Colombia*, Autor y compilador, Bogotá, Cooperativa Editorial Magisterio, 1998.
- Guanche Pérez, Jesús. "Etnicidad, festividad popular e identidad en Cuba actual", en Marcos González Pérez, *Fiesta y Nación en Colombia*, compilador, Bogotá, Editorial Magisterio, 1998.
- Ivanov, V. V., "La teoría semiótica del carnaval como la inversión de opuestos bipolares", en *¡Carnaval!*, México, Fondo de cultura económica, 1998. (Primera edición, 1984 en inglés)
- Luxen, Jean Louis, "Reflexiones sobre el uso de las convenciones y cartas para la protección del patrimonio cultural", en The Getty Conservation Institute Newsletter, Volumen 19, 2 de noviembre de 2004, J. Paul Getty Trust, 2004.
- Martínez Carreño, Aída. "Un baile de máscaras en el coliseo de Santa Fe, 1803, en Bailes y fiestas, revista Credencial Historia, edición 168, Bogotá, 2003.
- "Valses y revoluciones", en Bailes y fiestas, revista Credencial Historia, edición 168, Bogotá, 2003.
- Martínez Jiménez, William Manuel, "Las fiestas indígenas en Colombia", en *¡Fiestas!*, revista Credencial Historia, edición 93, Bogotá, 1997.
- Millones Santa Gadea, Luis, "Los dioses bailan, cantan, beben y comen; los humanos también", en Silva Meniel, Javier, "Calendario del Perú: Tiempos de Fiesta", Promperú, Perú, Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A., 1988.
- Muñoz Monge, Antonio, "Calendario del Perú: tiempos de fiesta", Lima, Unión de Cervecería Peruanas Backus y Johnston S.A., 1988.
- Ocampo López, Javier. "Fiestas religiosas y romerías", en *¡Fiestas!*, revista Credencial Historia, edición 93, Bogotá, 1997.
- *Las fiestas y el folclor en Colombia*, Octava reimpresión, Bogotá, El Áncora Editores, 2002. (Primera impresión, 1985).
- *Música y folclor de Colombia*, sexta edición, Bogotá, Plaza y Janés, 2000. (Primera edición 1976).
- Pizano, Olga, "La evolución de la gestión del patrimonio arquitectónico y urbano en Colombia en el siglo XX", en Calvo, Ana María, (Compiladora), *Política y gestión para la sostenibilidad del patrimonio urbano*, Bogotá, Centro Editorial Javeriana, 2001.
- Prot, Lyndel V., "Medidas legislativas de lucha contra el tráfico ilícito de bienes culturales", París, Unesco, 1983.
- Rector, Mónica, "El código y el mensaje del carnaval *escolas de samba*", en *¡Carnaval!*, México, Fondo de cultura económico, 1998. (Primera edición, 1984 en inglés).
- Rodríguez Jiménez, Pablo, "Bailes prohibidos y estamentos sociales", en Bailes y fiestas, revista Credencial Historia, edición 168, Bogotá, 2003.
- Saldarriaga Roa, Alberto, "Pensar el patrimonio: Del monumento a la diversidad", documento no publicado.
- Samper Martínez, Diego; Buelvas, Martha, *Carnaval caribe*, Quito, Andes Editores, 1994.
- Sánchez Ocampo, Carlos; Mejía, Elisa, *Santificad las fiestas*, Bogotá, Escala Ltda., 1998.
- Santana Vega, Juan, *El mundo de las corralejas*, Montería, Gráficas Corsa, 1986.

- Sanz, Nuria, "La formación en la gestión turística del patrimonio cultural", en *El impacto del turismo en el patrimonio cultural*, La Antigua Guatemala, 21-27 de octubre de 1996. Universidad de Alcalá. Agencia Española para la Cooperación Internacional, Instituto Guatemalteco de Turismo, 1996.
- Semana Santa en Popayán*, Bogotá. Villegas Editores, 1999.
- Stanley-Price, Nicholas, Editorial, en Boletín ICCROM No. 29, Roma, junio de 2003.
- Entrevista realizada por Olga Pizano para la revista *Apuntes*. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá. 2004. (En proceso de edición)
- Suárez Zúñiga, Álvaro, "Diseño metodológico del proyecto de medición del impacto del patrimonio cultural en la economía: Marco conceptual, lineamientos y recomendaciones generales de política", Bogotá, Convenio Andrés Bello. (Estudio no publicado)
- Triana, Gloria, (compiladora), *Aluna: Imagen y Memoria de las Jornadas Regionales de Cultura Popular*, Presidencia de la República, Plan Nacional de Rehabilitación y Colcultura, Bogotá, Escala, 1990.
- *La cultura popular en el siglo XX. Nueva Historia de Colombia*, tomo VI, Bogotá, Planeta Colombiana, 1989.
- The Getty Conservation Institute, "Assessing the Values of Cultural Heritage", Research Report, the J. Paul Getty Trust, Los Ángeles, 2002.
- "Economics and Heritage Conservation", A meeting organized by the Getty Conservation Institute, the J. Paul Getty Trust, Los Ángeles, 1999.
- "Values and Heritage Conservation", Research Report, the J. Paul Getty Trust, Los Ángeles, 2000.
- Vera Mendia, Jenny; Ichuta, Gerardo, "Calendario folclórico del Municipio de la Paz y alrededores", La Paz, Dirección de Turismo GMLP, 2002.
- Vovelle, Michel, "De la sociedad tradicional al Estado moderno: La metamorfosis de la fiesta en Francia", en González, Marcos, *Fiesta y Nación en Colombia*. Autor y compilador, Bogotá, Cooperativa Editorial Magisterio, 1998.
- Zuleta J., Luis Alberto; Jaramillo, Lino, *Impacto económico del patrimonio del Centro histórico de Bogotá D. C.*, Bogotá, Convenio Andrés Bello y Corporación La Candelaria, 2003.
- Consultas adelantadas con:
- Marcos González, historiador (abril de 2004), Monseñor Juan Miguel Huertas (mayo y agosto de 2004), Antonio López Ortega, gerente general de la Fundación Bigott de Venezuela (2004), Javier Ocampo, historiador (marzo de 2004), Ramiro Osorio (abril de 2004), Álvaro Tirado, historiador (marzo de 2004), Gloria Triana, antropóloga (marzo de 2004), Oswaldo Enrique Urbano, Universidad San Martín de Porres en Perú (2004) y María Victoria Uribe, antropóloga (marzo de 2004).

Tercera Parte

Abadía Morales, Guillermo, *ABC del folclore colombiano*, Bogotá, Panamericana, 1995.

Alemán, Carmen Elena, *Corpus Christi y San Juan Bautista*, Caracas, Fundación Bigott, 1997.

Cajías de la Vega, Fernando, "Fiestas urbano-mestizas en Bolivia y la identidad nacional", en *Culturas tradicionales, territorio y región. IV Encuentro para la promoción y difusión del patrimonio inmaterial de los países andinos*, Lima, 2003.

— "Influencia de la cultura afroboliviana en las danzas andinas", en *Influencias africanas en las culturas tradicionales de los países andinos*, Santa Ana de Coro, Venezuela, 2001.

— "La herencia española en las fiestas patronales en Bolivia", en *Influencia y legado español en las culturas tradicionales de los andes americanos*, III Encuentro para la promoción y difusión del

- patrimonio folclórico de los países andinos, Granada, 2004.
- Cánepa, Gisela, "Dinámicas de existencia del folclore en el mundo contemporáneo", en Encuentro para la promoción y difusión del patrimonio folclórico de los países andinos, Cartagena de Indias, octubre de 2000.
- "De la etnografía a la autoetnografía y las danzas andinas en el Perú", en Encuentro para la promoción y difusión del patrimonio folclórico de los países andinos, Cartagena de Indias, octubre de 2000.
- Carrillo, María Cristina, "Ser ecuatoriano es sentirse ecuatoriano. Reflexiones sobre la migración en el Ecuador de hoy", en Culturas tradicionales, territorio y región, Lima, 2003.
- Chindoy, Miguel; Mojanajinsoy, Carlos, "El día grande o día de carnaval" en Anaconda, Fundación BAT, 3 de noviembre de 2003.
- Farias, Edson, "Carnaval carioca: fiesta de una nación, espectáculo para el mundo", en Gaceta, Ministerio de Cultura, Bogotá, n° 47, junio-diciembre de 2000.
- Feliú Herrera, Virtudes, "Las fiestas populares tradicionales en Pinar del Río", en: *Pensamiento y tradiciones populares, estudios de identidad cultural cubana y latinoamericana*, Ana Vera (compilador).
- Gálvez, María Cristina; Cabrera, Jaime Hernán, *Cultura y Carnaval*, Pasto, Ediciones Unariño, 2000.
- García Canclini, Néstor, *Culturas Híbridas*, México, Grijalbo, 1989.
- Garretón, Manuel Antonio (coordinador), *El espacio cultural latinoamericano*, Santiago de Chile, Fondo de Cultura Económica y Convenio Andrés Bello, 2003.
- Maya, Adriana, "La corporalidad, la fiesta y la comunicación", en *Influencias africanas en las culturas tradicionales de los países andinos*, Santa Ana de Coro, Venezuela, 2001.
- Miñana, Carlos, "Música y fiesta en la construcción del territorio nasa colombiano", en *Culturas tradicionales, territorio y región*, Lima, 2003.
- Moyano, Juan Carlos, "Carnaval de negros y blancos: en los territorios sin fronteras de la memoria colectiva", en *Culturas tradicionales, territorio y región*, Lima, 2003.
- Ortiz, Manuel Antonio, "Donde la brisa sopla con rima", en revista Bigott, n° 46, julio-agosto-septiembre de 1998.
- Rojas Hernández, Carlos, "Las cuadrillas de San Martín en mi recuerdo", en Anaconda, Fundación BAT, Bogotá, abril de 2004, pág. 13.
- Sánchez Ocampo, Carlos; Mejía, Eliza, *Santificad las fiestas*, Bogotá, Mincultura, 1998.
- Sevilla, Amparo, "La inversión ritual", en Gaceta, Ministerio de Cultura, n° 47, junio-diciembre de 2000.
- Torres, Misael, "Diablos y carnavales de América", en *Influencia y legado español en las culturas tradicionales de los Andes americanos*, III Encuentro para la promoción y difusión del patrimonio folclórico de los países andinos, Granada, 14 al 19 de octubre de 2002.
- Villa, William, "Carnaval, política y religión. Fiestas en el Chocó", en Gaceta, Ministerio de Cultura, Bogotá, n° 47, junio-diciembre de 2000.