



FIESTAS POPULARES Y FESTIVALES EN EL MARCO DE LA GESTIÓN CULTURAL PÚBLICA. PROPUESTA METODOLÓGICA



Sistema de Información
Cultural de la Argentina

DIRECCIÓN DE PLANIFICACIÓN
Y SEGUIMIENTO DE GESTIÓN | UGA



Ministerio de Cultura
Argentina



Ministro de Cultura
Tristán Bauer

Jefe de gabinete
Esteban Falcón

Directora de Planificación y Seguimiento de
Gestión
Julia Houllé

Coordinador del Sistema de Información Cultural
de la Argentina
Federico Bonazzi

Contenido y redacción
Karina Scherer, Daniela Yamashita Unzain

Asistencia técnica
Paula Laneri, Laura Pérez

Equipo SInCA
Valeria Bonomo
Adriana Castaño
Michelle Chirkes
Alcira Garido
Nahuel Moroz



ÍNDICE

04	Introducción
06	Fiestas y festivales populares
06.....	Definición
07.....	Temática
08.....	Actividades
09.....	Actores
11	Ejes de análisis
12.....	Las fiestas como política pública
12.....	Inversión
14.....	Trabajo
16.....	Programación
20.....	Público
20.....	Caracterización
24.....	Gasto
27	Herramientas metodológicas para la recolección de información
28.....	Herramientas cuantitativas
28.....	Encuesta
29.....	Registros administrativos
31.....	Herramientas cualitativas
31.....	Entrevista
32.....	Focus group
34	Síntesis
35	Bibliografía

1. Introducción

Las fiestas populares y festivales son eventos representativos de nuestro patrimonio cultural. Cumplen una función de difusión y preservación cultural, y tienen impacto social y económico en las localidades donde se celebran.

En términos de política pública, las fiestas y festivales son herramientas para el ejercicio efectivo de los derechos culturales y la democratización de la cultura, ya que habilitan el acceso a los bienes simbólicos por parte del público en general. Además, las fiestas y festivales son una de las expresiones culturales más federales y diversas, que potencian las capacidades de gestión local, el desarrollo de las economías regionales y el turismo cultural, en un contexto de creación, circulación y distribución de producciones de todas las disciplinas y géneros artísticos.

La Dirección de Planificación y Seguimiento de Gestión (DPySG) de la Unidad Gabinete de Asesores (UGA) tiene entre sus responsabilidades primarias asistir a la formulación de la planificación estratégica de las políticas del Ministerio de Cultura de la Nación, así como también realizar el monitoreo y la evaluación de los programas y acciones implementadas. Para ello, produce y sistematiza información a través del Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA) y del área de seguimiento y proyectos especiales, y centraliza las convocatorias del Ministerio en el Registro Federal de Cultura.

La publicación “FIESTAS POPULARES Y FESTIVALES EN EL MARCO DE LA GESTIÓN CULTURAL PÚBLICA. PROPUESTA METODOLÓGICA” forma parte de una serie de acciones para el fortalecimiento institucional que pone a disposición información producida por la DPySG, contribuyendo a la documentación de los procesos de diseño, desarrollo y evaluación de acciones y políticas públicas. El propósito de este conjunto de acciones es promover la reflexión acerca de la gestión cultural y poner en valor los equipos de trabajo y sus prácticas, como eslabones fundamentales de la política pública. Además, este documento se propone como una herramienta de referencia para replicar en otros lugares.

Como antecedentes de este estudio se pueden mencionar la Hoja metodológica “Relevamiento de fiestas y festivales populares”, diseñada e implementada en el relevamiento de fiestas populares y festivales realizado junto a la Red de Enlaces Provinciales¹; y el informe “36° Fiesta Nacional del Teatro 2022: Análisis y caracterización de su alcance como política pública”², que describe la 36° Fiesta Nacional del Teatro realizada en Chaco, estima su alcance e impacto económico y caracteriza a la población objetivo. Además, se incorporaron los aportes de los y las representantes provinciales del SInCA, realizados en el marco del XI Encuentro de la Red de Enlaces.

1. La Red de Enlaces Provinciales es un espacio de intercambio conformado por el SInCA y por los referentes designados por las autoridades de cada una de las 24 jurisdicciones, para trabajar en el relevamiento, sistematización, análisis, y difusión de información referida a estadísticas culturales.

2. A lo largo de este informe se aludirá a este estudio en los apartados señalados como “Caso FNT”.

Esta publicación recupera los estudios anteriores y sistematiza una serie de recomendaciones y propuestas en una metodología que permita analizar las dimensiones económicas y sociales de las fiestas populares y festivales en tanto que políticas públicas.

El análisis se organiza en torno a dos grandes ejes: las fiestas como política pública y el público asistente. De acuerdo con el primer eje, se analizan las acciones estatales a partir de la oferta cultural de la fiesta y/o festival: oferta programática, inversión presupuestaria a cargo de la institución organizadora y trabajo generado (artistas, técnicos/as, feriantes, artesanos/as, gestores, y/o productores/as convocados/as).

Desde el segundo eje (público), se consideran las estrategias para identificar y caracterizar a la población objetivo de las fiestas y festivales comprendidos en la política pública. En particular, se desarrollan propuestas metodológicas para construir perfiles de asistentes (a partir de datos sociodemográficos, consumos culturales,

etc); y gastos realizados durante su participación en las fiestas y festivales.

La identificación de estos elementos permite definir indicadores monetarios y no monetarios útiles para evaluar y dar seguimiento a las fiestas y festivales a lo largo de sus ediciones, y para desarrollar herramientas que permitan comprender su efecto económico como actividades generadoras de ingresos y puestos de trabajo.

La propuesta metodológica propone una serie de sugerencias y dimensiones generales a tener en cuenta en el análisis de fiestas populares y festivales de asistencia masiva. No obstante, la diversidad de manifestaciones y eventos congregados bajo la categoría Fiestas Populares y Festivales, y los objetivos propios de cada medición requieren el diseño e implementación de metodologías específicas. Por eso, este documento se propone como una guía de recomendaciones para el diseño metodológico de mediciones que deben adecuarse a las particularidades de cada evento.



2. Fiestas y festivales populares

En este apartado se ensaya una definición de fiestas y festivales populares y se identifican sus elementos o aspectos más relevantes, para tener en cuenta en el diseño de investigaciones referidas a estos eventos de política pública³.

2.1. DEFINICIÓN

Una **fiesta y/o festival popular** es un evento y/o acontecimiento social, económico y cultural que se realiza con cierta periodicidad y tiene por objeto la celebración colectiva de elementos identitarios propios de la comunidad. Es transmitido por tradición, tiene permanencia, puede modificarse en el tiempo, y es propio de la sociedad que lo celebra y dota de significado.

Un **festival** es un acontecimiento/evento artístico y/o cultural cuyo propósito es difundir las expresiones culturales y entre sus motivos están la música, la danza, el teatro y el cine, expresados a través de presentaciones, exhibiciones y concursos. Se evoca el talento y la creatividad especialmente en la composición, la interpretación, la dirección y la actuación⁴.

³. En este documento se siguieron las recomendaciones de [Subsecretaría de Fortalecimiento Institucional \(2022\)](#) para la construcción del diseño de la evaluación de políticas públicas.

⁴. Las definiciones de Fiestas y/o festivales populares y Festivales se construyeron en base a definiciones previas del SInCA (2013) y la publicación *La fiesta, la otra cara del patrimonio. Valoración de su impacto económico, cultural y social*. Bogotá D. C.: Convenio Andrés Bello (2004).



2.2. TEMÁTICA

De acuerdo con sus motivos o temáticas las fiestas y festivales pueden clasificarse en:

- ▶ Cívico-histórica: se celebran para fortalecer el sentido de pertenencia en los ciudadanos a través de la conmemoración de la fundación de los pueblos, ciudades, y/o hechos históricos relevantes para la formación del Estado.
- ▶ Productiva: se celebran productos regionales y/o actividades primarias y productivas (ganadería, agricultura, pesca, industria, etc.) típicos del lugar.
- ▶ Tradicionalista: se recrean costumbres y elementos propios de la tradición local (por ejemplo, eventos de doma, jineteada, tradiciones gauchescas, etc).
- ▶ Religiosa: en estas celebraciones, se expresa devoción religiosa y acercamiento al mundo espiritual.
- ▶ Gastronómica: se celebra y/o promueve la cocina autóctona y/o alimentos/bebidas realizados con productos locales/regionales.
- ▶ Pueblos indígenas: su propósito es conservar las creencias, costumbres, tradiciones o expresiones vivas de las comunidades indígenas.
- ▶ Expresiones del Carnaval: incluyen desfiles, disfraces y fiestas en la calle. Recuperan elementos de tradiciones precristianas y de fiestas andinas prehispánicas y afroamericanas⁵.
- ▶ Folclórica: se celebran para recuperar y conservar las tradiciones artísticas populares (música, danza, canto, etc.).
- ▶ Artística: buscan difundir expresiones culturales, como música, artes escénicas (danza, teatro/performance, circo, etc), cine, artes visuales, letras, entre otras. Suelen incluir presentaciones en vivo, exhibiciones, y concursos.



5. Definición realizada en base a documentos publicados por UNESCO:
<https://es.unesco.org/news/mundo-carnavales>

2.3. ACTIVIDADES

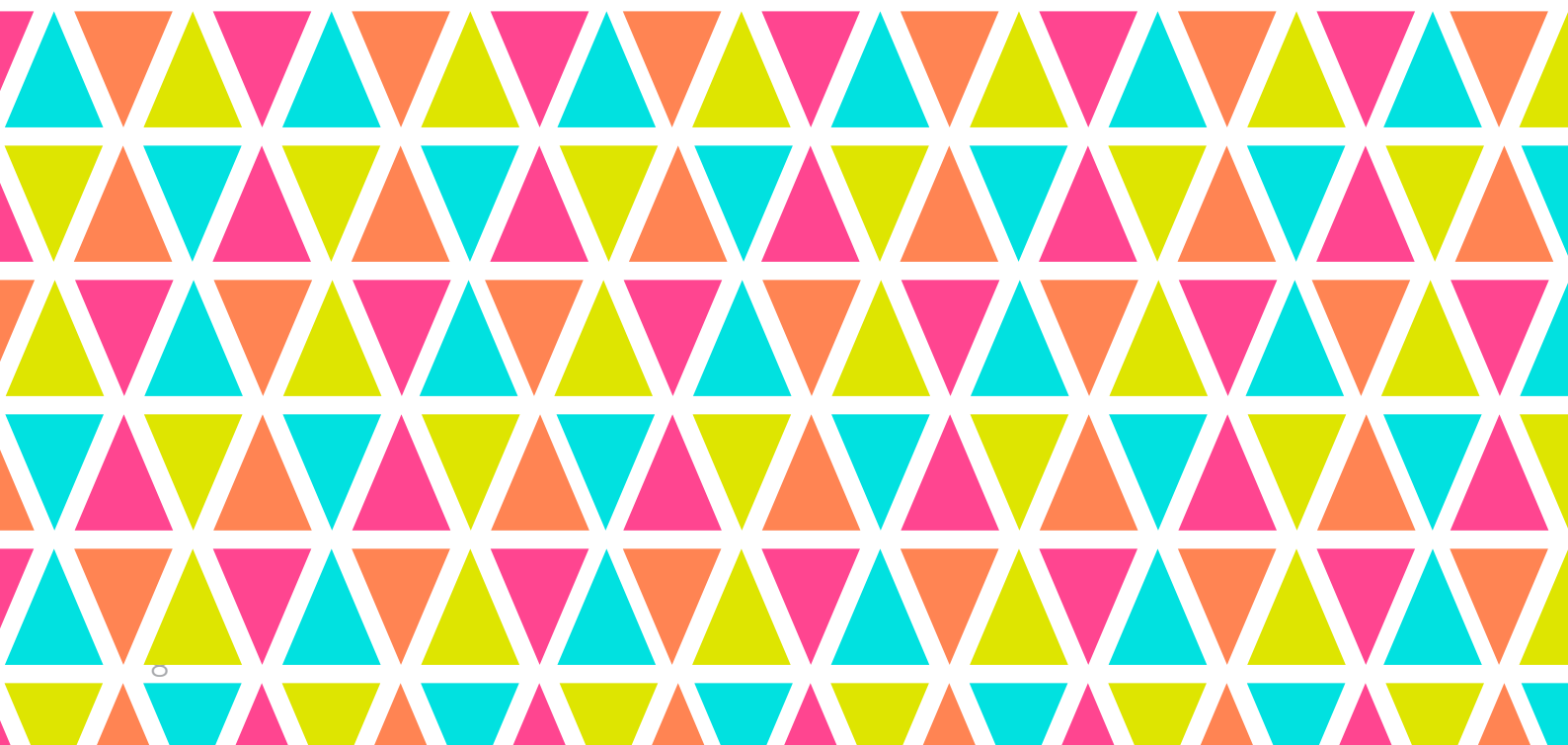
Un elemento fundamental de las fiestas y festivales son las actividades que forman parte de la oferta programada y constituyen la unidad mínima de toda programación). A continuación se expone un listado con tipos de actividades, a modo de ejemplo. No es una enumeración exhaustiva, sino una guía para la identificación y sistematización de información. Además, es necesario remarcar que a lo largo de sus ediciones las fiestas y festivales pueden renovar o transformar las actividades que componen su programación.

Algunos tipos de actividades programadas en fiestas y festivales:

- ▶ Espectáculos de música en vivo
- ▶ Espectáculos de artes escénicas
- ▶ Ferias gastronómicas
- ▶ Ferias de artesanías
- ▶ Desfiles
- ▶ Ferias de productos regionales
- ▶ Actos/homenajes

- ▶ Jineteadas y actividades ecuestres (destrezas gauchas)
- ▶ Misas y expresiones de fe (peregrinaciones, procesión, etc.)
- ▶ Proyecciones audiovisuales
- ▶ Exposiciones de artes visuales
- ▶ Bailes o danzas colectivas
- ▶ Lecturas
- ▶ Concursos y premiaciones
- ▶ Desfile de comparsas, murgas y corsos
- ▶ Charlas, capacitaciones y talleres
- ▶ Exposiciones ganaderas
- ▶ Stands gubernamentales de promoción de políticas públicas.

Otro elemento importante a identificar es la **sede o sedes** donde se realizan las actividades, y la cantidad de días de duración de la fiesta popular o festival. Esta información será un elemento clave a la hora de diseñar e implementar herramientas de medición.



2.4. ACTORES

Diversos actores se encuentran involucrados en las fiestas populares y festivales. Se considera actores tanto a individuos (productores/as, feriantes, etc.), como a grupos (elencos, grupos musicales, espectadores, etc.), organizaciones/instituciones (gobiernos locales, áreas de cultura, fundaciones, empresas, asociaciones civiles, etc.), y/o grupos sociales (por ejemplo, trabajadoras/es de la cultura) implicados y/o afectados en la organización y/o el desarrollo del evento. Identificarlos es un primer paso para dimensionar y caracterizar los efectos de la fiesta o festival en la comunidad en que se lleva a cabo.

Estos son algunos actores que participan en la organización y desarrollo de la fiesta:

1) Organizador/es: instituciones públicas (municipales, provinciales, nacionales, universidades, etc.) y/o privadas (empresas, productoras, asociaciones, fundaciones u organizaciones sociales) encargadas de la producción y desarrollo del evento. Es decir, la entidad que gestiona los recursos y toma las decisiones para su realización (independientemente de las fuentes de financiamiento).

2) Trabajadores/as: diversos actores convocados por la organización para ofrecer bienes y servicios culturales que formarán parte de la propuesta de actividades de la fiesta. Por ejemplo, artistas, elencos, grupos musicales, técnicos/as, entre otros.

3) Comerciantes y/o vendedores: actores que ofrecen bienes y servicios culturales (artesanías, productos de diseño, libros, etc.) y no culturales (puestos de comidas y bebidas, de juegos, de maquillaje; o productos regionales) en el espacio donde se realiza la

fiesta (en puestos arancelados o gratuitos).

4) Público asistente: es el público que asiste al evento⁶.

Además de los actores involucrados de manera directa en la organización, un estudio más amplio puede incluir actores que se vinculan de manera indirecta y no forman parte de la organización aunque se benefician del evento, por ejemplo:

1. Comercios y puestos de venta (kioscos, mercados, puestos callejeros, etc.)
2. Servicios de alojamiento (hoteles, hostels, cabañas, etc.)
3. Servicios de gastronomía (restaurantes, bares, puestos de comida callejera, etc.).
4. Servicios de transporte y logística.
5. Servicios culturales y de entretenimiento (teatros, cines, recitales de música en vivo, peñas, etc.).

Además, un estudio ampliado podría incluir a la población de la comunidad que no asistió al evento, a fin de evaluar nuevos públicos posibles, motivos de no asistencia o realizar estudios de audiencias, a fin de conocer a las personas que miran el evento a través de sus transmisiones en televisión y plataformas.

Estos son sólo algunos ejemplos de actores clave vinculados a actividades económicas que podrían ser movilizados en la organización y desarrollo de una fiesta popular. Su participación puede variar dependiendo del tipo de evento, la ubicación geográfica y otros factores específicos de cada celebración. Su identificación permite crear un esquema guía útil para diseñar indicadores y acciones estratégicas.

⁶ En términos de Colomer Vallicrosa (2014), se entiende cómo público al conjunto de personas interesadas en participar en determinadas prácticas culturales. En este sentido, se pueden distinguir tres tipos de públicos: público asistente (el que participa en las propuestas culturales, con diverso grado de intensidad y compromiso); públicos potenciales (personas interesadas en determinados fenómenos culturales, pero que aún no participan) y público inactivo o no público (tanto si son indiferentes como si tienen interés en participar).

36° FIESTA NACIONAL DEL TEATRO: EJERCICIO DE MEDICIÓN

La Fiesta Nacional del Teatro convoca y moviliza una amplia variedad de obras y artistas de las artes escénicas de todo el país, lo que permite reconocer el desarrollo de la creación teatral a nivel federal e identificar las características y estilos propios de cada región.

La sede principal de la 36° edición fue la ciudad de Resistencia, en la provincia de Chaco (2022). Las obras y actividades programadas en la FNT se desarrollaron en 26 salas de teatro y espacios culturales distribuidos en 15 localidades del NEA durante 8 días.

El ejercicio de medición realizado en esa ocasión tuvo como objetivo principal describir la 36° Fiesta Nacional del Teatro, estimar su alcance e impacto económico, y conocer al público asistente.

Antes de iniciar el relevamiento se identificaron los actores involucrados en la fiesta, las actividades programadas, su distribución en sedes y las particularidades del evento.

El estudio se focalizó en cuatro actores clave: las instituciones organizadoras (Instituto Nacional de Teatro e Instituto de Cultura del Gobierno de la provincia de Chaco), los/as artistas y técnicos/as, las salas de teatro y el público asistente.

Las actividades principales del evento fueron las funciones de espectáculos de artes escénicas. Además, había otras actividades, como talleres, charlas, presentaciones de libros, y música en vivo. Las actividades se realizaron en varias sedes: 26 salas de teatro y/o espacios culturales de 15 localidades de la región del NEA. La entrada se registró a través del corte de tickets.

Conceptualizar la fiesta, identificar el tipo de actividades, las sedes de realización y los principales involucrados permitió construir una primera imagen de la fiesta para definir dimensiones, indicadores y herramientas de relevamiento de información.



3. Ejes de análisis

Las fiestas populares y festivales constituyen un fenómeno sociocultural y económico posible de ser analizado desde al menos **dos dimensiones**: la **política pública (oferta)** y el **público asistente (demanda)**. La primera estudia la oferta cultural de la fiesta como acción estatal, teniendo en cuenta la inversión del organizador; el

trabajo cultural generado (a través de los/as artistas, técnicos, feriantes, artesanos, gestores, y/o productores involucrados); y la programación de actividades. La segunda dimensión analiza el público que participa en las fiestas, sus perfiles y los gastos que realizan.

EL IMPACTO ECONÓMICO DE LAS FIESTAS POPULARES Y FESTIVALES

A través de la inversión del organizador y del gasto de los asistentes, las fiestas y festivales generan flujo económico, que da lugar a diversos efectos⁷:

- ▶ **Efecto directo:** es generado por la inversión del organizador en la contratación de proveedores locales (no toda la inversión queda en la localidad donde se realiza). Sin embargo, dado que muchas veces esa información no suele estar disponible, se habla de dinero movilizado por el organizador en su totalidad.
- ▶ **Efecto indirecto:** es generado por los gastos que realizan los asistentes con motivo de la fiesta y que se relaciona con sectores económicos, como alimentos y bebidas, alojamiento, transporte, entretenimiento y turismo, entre otros.
- ▶ **Efecto inducido:** deriva de los dos anteriores por medio de un efecto multiplicador, que repercute en el tejido económico de la zona.

⁷. Para profundizar sobre estos temas sugerimos la lectura: Universidad EAN (2015). Medición y caracterización del impacto económico y el valor social y cultural de Festivales en Colombia; Costa Rica. Ministerio de Cultura y Juventud (2015). Metodología de medición de eventos culturales masivos.

3.1. LAS FIESTAS COMO POLÍTICA PÚBLICA

3.1.1. INVERSIÓN

Para llevar a cabo las fiestas y festivales, la/s entidad/es organizadora/as, instituciones del sector público (municipal, provincial, nacional, universidades, etc.) ponen a disposición distintos tipos de recursos: recursos organizativos (operación y logística); recursos cognitivos (desarrollo y aplicación de conocimientos específicos) y recursos económicos.

Los recursos económicos son los que se traducen en la inversión que, a través del presupuesto, el organizador asigna para la realización de la fiesta o festival. Ésta puede contar con uno o más organizadores, según las dependencias involucradas.

Se pueden identificar diversas fuentes de financiamiento que aportan recursos económicos al evento: organismos públicos (provincial, municipal y/o nacional), patrocinadores con fines publicitarios, mecenas, venta de entradas, alquiler de espacios, entre otras.

Para indagar acerca del presupuesto, conviene relevar aspectos tales como:

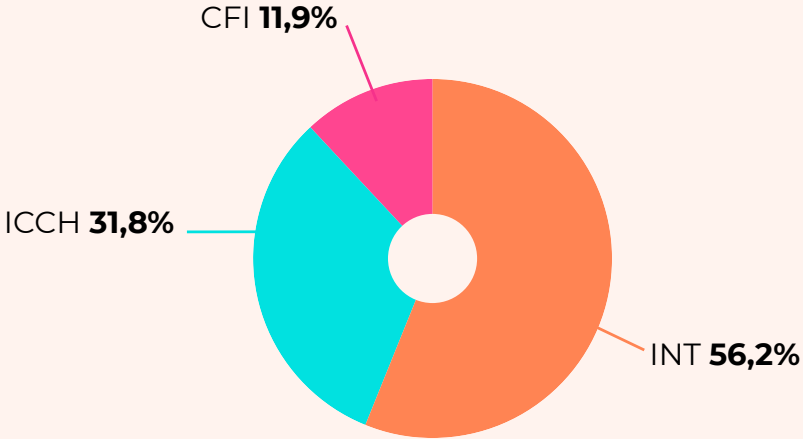
- ▶ Inversión total
- ▶ Inversión total por rubros presupuestarios, como logística, honorarios, comunicación, producción, equipamiento, imprevistos, etc.
- ▶ Inversión total por organizador
- ▶ Fuentes de financiamiento

La inversión del organizador permite identificar el dinero movilizado para la realización de la fiesta. A su vez, para analizar el efecto directo de esa inversión en la economía local, es necesario identificar qué parte de esa inversión se destinó a la contratación de proveedores locales (pero dado que muchas veces esa información no está disponible, se analiza la inversión en términos generales).



La edición N° 36 de la Fiesta Nacional de Teatro se realizó en la provincia del Chaco, en cogestión con el Instituto Nacional de las Culturas de la provincia de Chaco (ICCH) y con la colaboración del Consejo Federal de Inversiones (CFI).

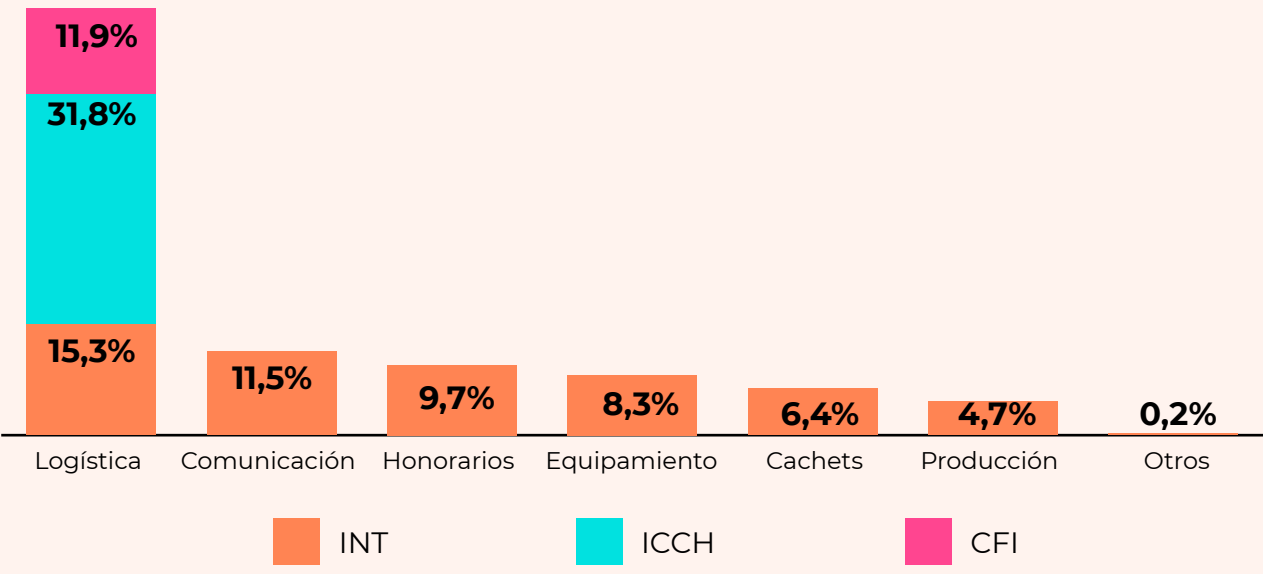
INVERSIÓN TOTAL DE LA FNT 2022 POR INSTITUCIÓN



El 56% de la inversión la realizó el Instituto Nacional del Teatro; el 32% el Instituto de Cultural el Chaco; y el 12%, el Consejo Federal de Inversiones.

INVERSIÓN DE LA FNT 2022 POR RUBRO PRESUPUESTARIO

La inversión total está compuesta por los rubros: **logística**, que implica pasajes, traslados internos, hotelería, comidas de los elencos y participantes de la FNT; **comunicación**, que contempla diseño, impresión y producción de contenido audiovisual, **honorarios; equipamiento** de salas de Resistencia ; **cachets** de los artistas ; y **gastos de producción**.



3.1.2. TRABAJO

El/los organizador/es de la/s fiesta/s son instituciones del sector público (municipal, provincial, nacional, universidades, etc.), que dada su capacidad de poner a disposición recursos organizativos y económicos, convocan actores que ofrecen los bienes y servicios culturales que integran la propuesta de actividades de la fiesta. En este sentido, el/los organizador/es son generadores de trabajo cultural, y para el análisis es importante identificar montos (en dinero) y también cantidad de actores involucrados⁸.

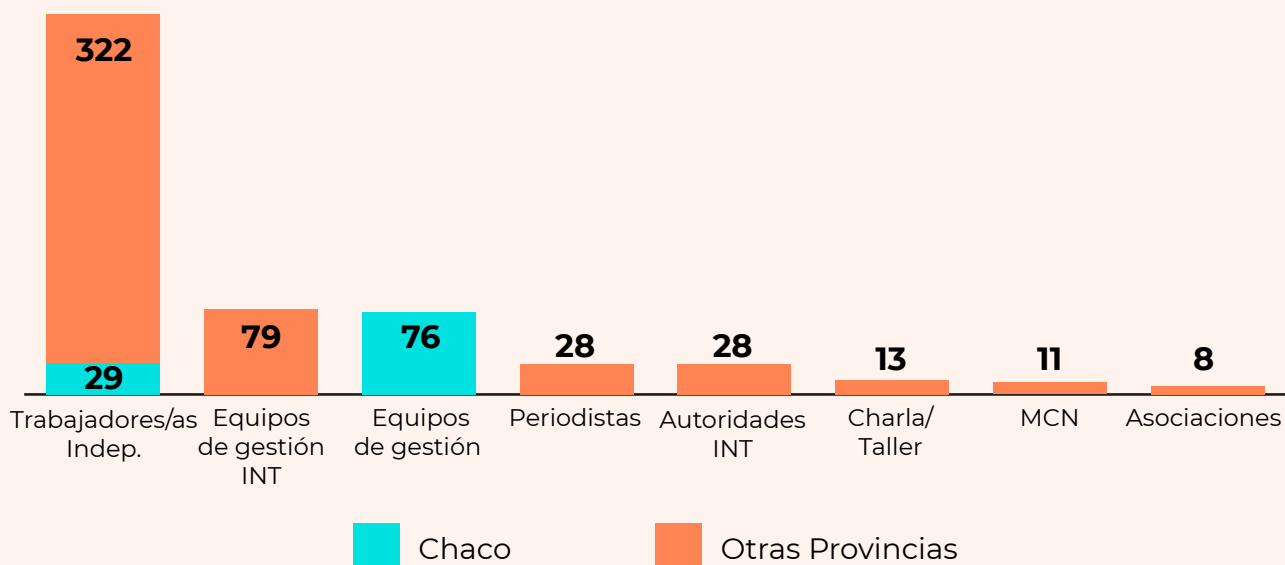
- ▶ Artistas (actores/as, músicos/as, integrantes de grupos de música, integrantes de elencos, integrantes de comparsas, etc.)
- ▶ Expositores
- ▶ Talleristas
- ▶ Feriantes
- ▶ Técnicos
- ▶ Productores
- ▶ Periodistas o agentes de prensa



8. Al igual que con la inversión, para analizar el efecto directo de la fiesta en la generación de trabajo cultural a nivel de la economía local, es necesario identificar los actores locales

La producción y realización de la edición 36 de la FNT requirió el trabajo de 351 personas (351 artistas, técnicos/as, productores/as, etc. en 60 elencos y 13 grupos de música y/o artistas). El 82% de las personas involucradas en el evento no residía en Chaco.

ARTISTAS Y TÉCNICOS PARTICIPANTES DE LA FNT 2022



3.1.3. PROGRAMACIÓN

La programación de las fiestas es un aspecto fundamental en el desarrollo de la política pública. No se trata sólo de la oferta de actividades y espectáculos, sino que implica definiciones relativas a objetivos, temática, oferta cultural, relación con el público y anclaje territorial.

En ese complejo entramado, la programación de las fiestas se traduce en una grilla de actividades para cuya realización se convoca a diversos actores.

Entre las actividades más programadas están los espectáculos de música en vivo y de artes escénicas; las exposiciones de

artes visuales; las muestras de baile y danzas colectivas; las charlas, capacitaciones y talleres; los desfiles de comparsas, murgas y corsos; los concursos y premiaciones; las ferias de artesanías y de productos regionales, entre otras.

Identificar estas actividades permite definir indicadores monetarios y no monetarios necesarios para planificar, organizar y evaluar la gestión de las fiestas, y darles seguimiento a lo largo de sus ediciones.

Algunos ejemplos de indicadores monetarios y no monetarios:

Fiesta Ejemplo	Actividades	Indicadores
Carnaval de Gualeguaychú	Desfile de comparsas Feria de la grúa	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Cantidad de comparsas ▶ Cantidad de puestos de artesanías ▶ Cantidad de espectáculos artísticos
Fiesta Nacional del Teatro	Funciones de obras de teatro Charlas y capacitaciones	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Cantidad de obras de teatro programadas ▶ Distribución de obras programadas por provincia de procedencia ▶ Cantidad de funciones programadas ▶ Distribución de obras programadas por tipo de público objetivo ▶ Distribución porcentual de obras programadas por disciplina y género ▶ Cantidad de charlas
Fiesta del poncho	Feria de artesanías Expositores	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Cantidad de puestos de artesanías ▶ Cantidad de charlas

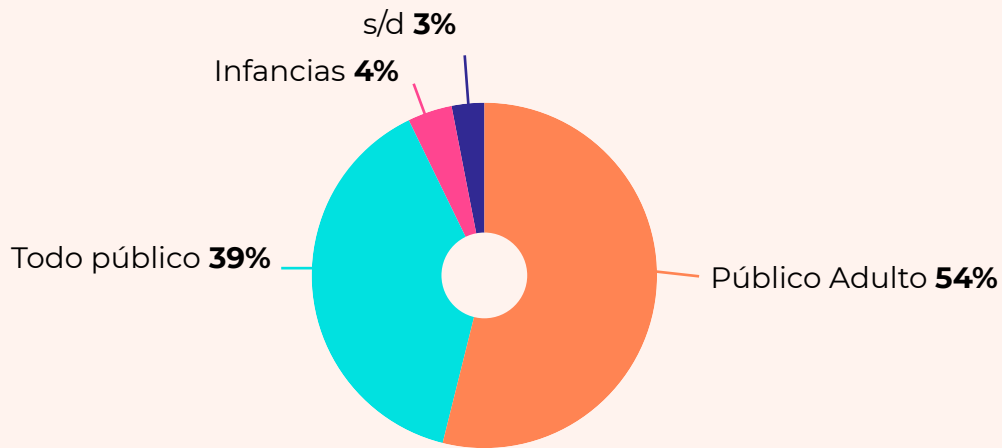
Además, la oferta de actividades puede incluir bienes y servicios que no son culturales pero forman parte de las fiestas y festivales (generalmente, puestos comerciales).

Fiesta Ejemplo	Actividades	Indicadores
Carnaval de Gualeguaychú	Feria de la Grúa	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Cantidad de puestos de comida ▶ Cantidad de puestos de comida regional
Fiesta del Poncho	Shows gastronómicos	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Cantidad de cocineros/as catamarqueños participantes ▶ Cantidad de platos típicos exhibidos
Fiesta Nacional del Sol	Puestos de comidas	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Cantidad de puestos por tipo de producto



Durante los ocho días en que se desarrolló la FNT se programaron 69 obras en 135 funciones. De acuerdo con la clasificación propuesta por los propios elencos, el 54% de las obras programadas en la FNT se dirigen al público adulto y el 40%, al público en general (todo público).

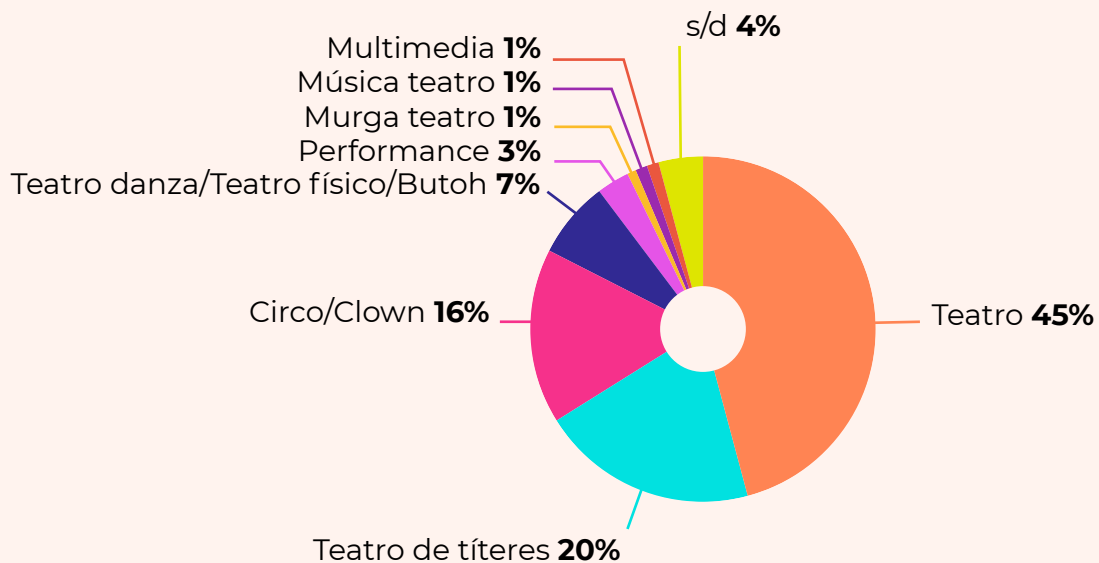
OBRAS PROGRAMADAS EN LA FNT 2022 POR TIPO DE PÚBLICO OBJETIVO. EN PORCENTAJES



Fuente: elaboración propia en base a datos brindados por el Instituto Nacional del Teatro.

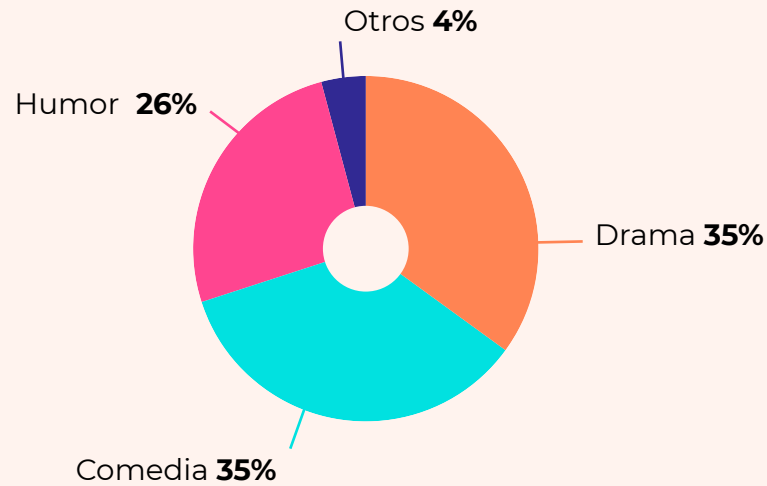
OBRAS PROGRAMADAS EN LA FNT 2022 POR DISCIPLINA. EN PORCENTAJES

Además de espectáculos teatrales (45% de la programación), la 36 FNT programó obras de títeres (20%), clown/circo (16%) y teatro-danza/físico (7%), entre otras disciplinas. Comedia (35%), drama (35%) y humor (26%) fueron los géneros más representados en la programación de las obras de teatro.



Fuente: elaboración propia en base a datos brindados por el Instituto Nacional del Teatro.

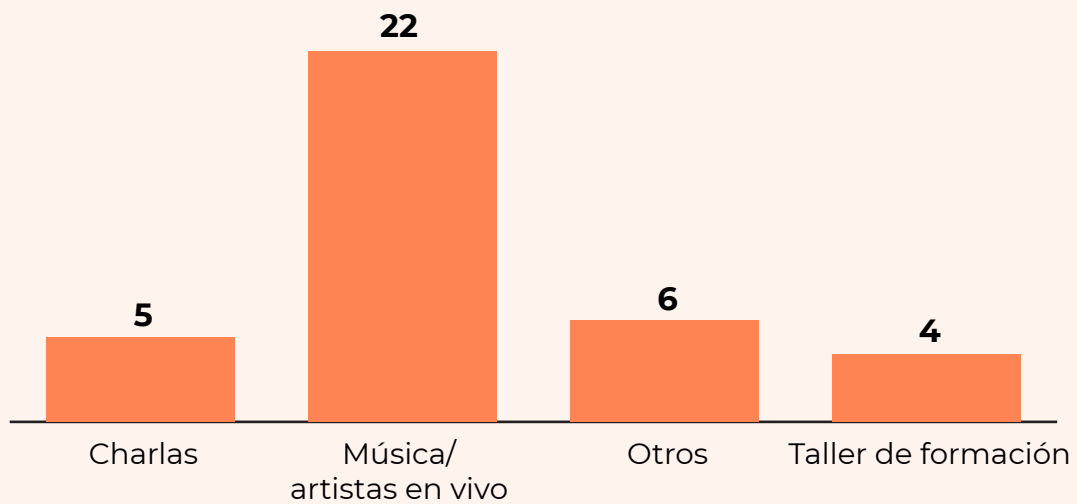
OBRAS PROGRAMADAS EN LA FNT 2022 POR GÉNERO. EN PORCENTAJES



Fuente: elaboración propia en base a datos brindados por el Instituto Nacional del Teatro.

También se realizaron 37 actividades especiales, como talleres de formación, charlas, espectáculos en vivo, presentaciones de libros y homenajes.

TIPOS DE ACTIVIDADES ESPECIALES PROGRAMADAS EN LA FNT 2022



Fuente: elaboración propia en base a datos brindados por el Instituto Nacional del Teatro.

3.2. PÚBLICO

En este eje de análisis se identifica el público asistente y se analizan sus características y su procedencia (local /visitante).

3.2.1. CARACTERIZACIÓN

El público participa de la propuesta cultural de la fiesta y da cuenta de la capacidad de convocatoria del organizador y de la propuesta programática, así como del reconocimiento de la fiesta en el territorio. En el análisis, se trata de identificarlo para conocer su capacidad de convocatoria y analizar su evolución a lo largo de las ediciones de la fiesta. Algunos de los aspectos que se consideran son:

- ▶ Total de público asistente
- ▶ Total de público asistente por día (si el evento dura más de un día)
- ▶ Distribución del público asistente por sede, localidades, etc.
- ▶ Promedio de público asistente por día (si el evento dura más de un día)
- ▶ Porcentaje de ocupación de la sede, sala, espacio, etc.
- ▶ Total de entradas vendidas, tickets cortados, etc.
- ▶ Total de personas que asistieron⁹

ASISTENTES A LA FNT:

- ▶ Más de 6.370 espectadores/as asistieron a las 70 funciones programadas en la ciudad de Resistencia y al menos 2.621 espectadores/as asistieron a las 48 funciones realizadas en las otras localidades.
- ▶ En promedio, asistieron al menos 1.000 espectadores/as por día, y 67 por función.

⁹. Según el tipo de análisis que se realice, puede resultar necesario diferenciar entre lo que aquí denominamos “público asistente” (total de entradas/asistencias a actividades) y “personas que asistieron” (o personas únicas, en caso de que una misma persona haya asistido a más de una actividad del evento).

Además de la cantidad se puede conocer el perfil de los asistentes, indagando algunos de los siguientes aspectos:

- ▶ Características sociodemográficas (identidad de género; edad; lugar de residencia, ocupación, etc.).
- ▶ Lugar de residencia (público local/visitante).
- ▶ Motivos de visita (interés por el evento, turismo; trabajo; etc.).
- ▶ Hábitos de asistencia (última vez que concurrió a eventos/lugares/actividades incluidas las fiestas populares y festivales).
- ▶ Formas de asistencia (solo/a; con amigos/as; en pareja; en familia).

- ▶ Cantidad de días de participación (en caso de que la duración de la fiesta sea mayor a un día).

- ▶ Cantidad y tipo de actividades realizadas (música en vivo; talleres de formación; charlas; etc.).

Identificar la procedencia del público asistente (el público local reside en la localidad donde se realiza la fiesta y el visitante se moviliza desde otras localidades para asistir al evento) permite caracterizar perfiles de públicos y analizar diferencias en los tipos de gastos realizados.

VISITANTES Y LOCALES

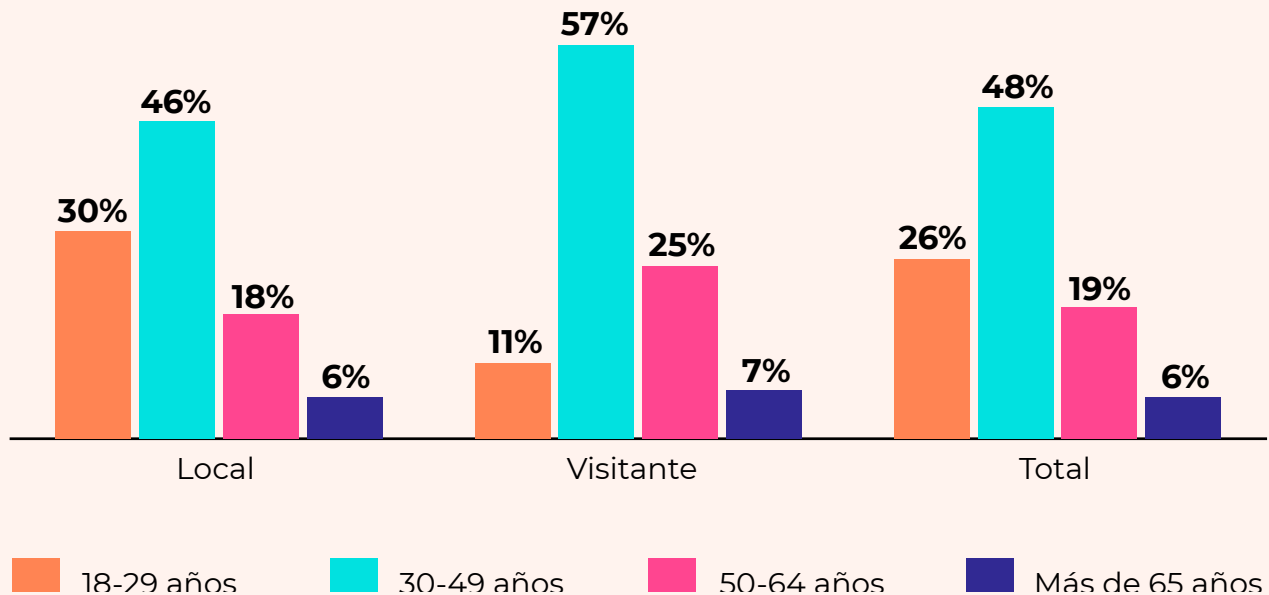
La [Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares \(EVyTH\)](#)¹⁰ que realiza el Ministerio de Turismo y Deporte mide la evolución del turismo interno (residentes por el país), sus características y aspectos socio-demográficos. Define el **viaje turístico** como todo desplazamiento desde la salida hasta la vuelta al lugar de residencia, con una duración inferior a un año, que tiene como destino un lugar ubicado fuera del entorno habitual del hogar¹¹ (excluyendo los viajes de trabajo). Para los viajes a segundas viviendas del hogar no rige el criterio de entorno habitual y se los considera siempre viajes turísticos. Se considera **visitante** a toda persona que realiza un viaje turístico, pase o no una noche en el lugar visitado.

10. De acuerdo con las definiciones de la [Organización Mundial del Turismo](#).

11. La EVyTH considera como destinos fuera del entorno habitual aquellos distantes a más de 40 Km (para CABA y Partidos del GBA) / 20km (para resto de los aglomerados) del lugar de residencia permanente del hogar, siempre y cuando ese lugar no sea visitado con una frecuencia semanal.

El 60% de las 707 personas encuestadas, se identifica mujer. Casi la mitad tiene entre 30 y 49 años, y la gran mayoría reside en la provincia de Chaco.

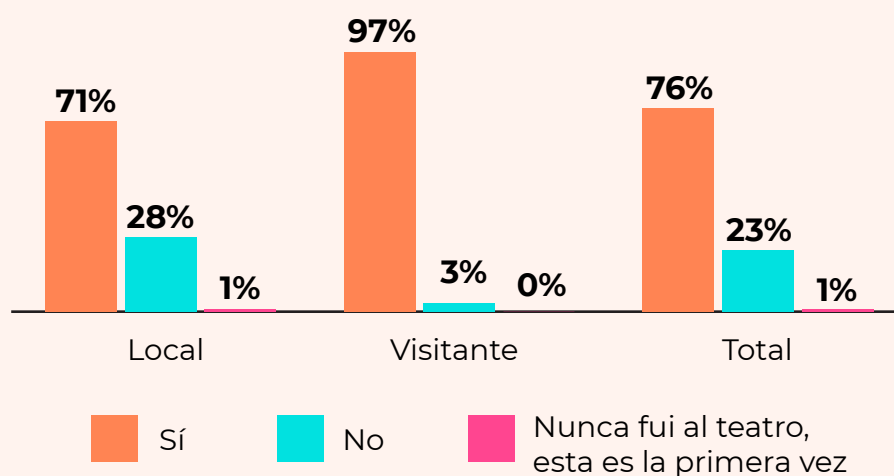
ASISTENTES A LA FNT 2022 POR EDAD Y LUGAR DE RESIDENCIA. EN PORCENTAJES



Fuente: elaboración propia.

El 28% de las personas encuestadas residentes en la provincia no asistió al teatro el último año (entre el público visitante, ese porcentaje desciende al 3%).

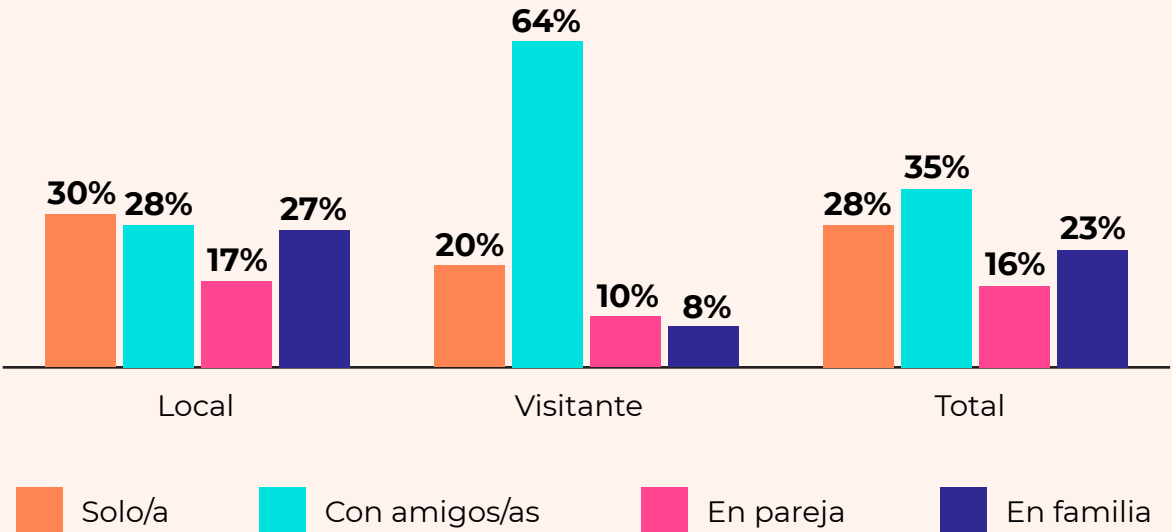
ASISTENCIA AL TEATRO DURANTE EL ÚLTIMO AÑO SEGÚN LUGAR DE RESIDENCIA. EN PORCENTAJES. 2022



Fuente: elaboración propia.

Las modalidades de asistencia varían según el lugar de residencia de las y los asistentes, pero la concurrencia con amigos/as es la opción más elegida en general y entre las y los visitantes.

TIPO DE ASISTENCIA A LA FNT SEGÚN LUGAR DE RESIDENCIA. EN PORCENTAJES. 2022



Fuente: elaboración propia.



3.2.2. GASTO

Además del flujo monetario generado por la oferta programática (inversión), otro elemento que moviliza dinero y forma parte de la dimensión económica de las fiestas es el consumo que realiza el público asistente como consecuencia de su participación en el evento. Con este aspecto se busca complementar la información sobre la inversión pública, a la vez que dar cuenta, de forma aproximada, de los perfiles de consumidores y de las principales actividades económicas que se ven beneficiadas de manera indirecta por el evento (servicios de alojamiento, industria de provisión de alimentos y bebidas, servicios de transporte, servicios culturales, etc)¹².

Para calcular el gasto total del público asistente, se puede indagar acerca de algunos de los gastos que frecuentemente realizan las personas, como por ejemplo:

- ▶ Alojamiento (noches de estadía, tipo de alojamiento y monto gastado).

- ▶ Transporte/combustible/peajes (tipo de transporte y monto gastado).
- ▶ Comidas y bebidas (lugar de compra y monto gastado).
- ▶ Servicios culturales (tipos de consumos realizados, artes escénicas, museos, cines, etc., y monto gastado).
- ▶ Otras compras relacionadas con el evento (artesanías, productos regionales, religiosos, etc.).

La **estimación del gasto total**, tomando en cuenta el gasto efectivamente realizado en los rubros mencionados, se puede calcular de dos maneras. La primera es consultando **el gasto per cápita diario** y multiplicándolo por la cantidad de días de participación de (en caso de que la fiesta dure más de un día) y por la cantidad de personas que asistieron (y gastaron). La segunda forma de estimar el gasto total es consultar al público asistente **el gasto total** al finalizar el evento, dividiéndolo por los días de participación y por la cantidad de personas que participaron (y gastaron).

¹². La Metodología de Estimación de la Cuenta Satélite de Turismo, en su clasificación de las actividades características del turismo, identifica a las siguientes: Servicios de Alojamiento; Industria de provisión de alimentos y bebidas; Transporte de pasajeros por carretera/ferrocarril/aéreo/por agua; Alquiler de equipos de transporte; Servicios complementarios para el transporte; Agencias de viajes y otros servicios de reserva; Industria cultural; Industria deportiva y recreativa; Venta al por menor de combustible para vehículos, automotores y motocicletas. [Cuenta satélite de turismo de la Argentina Metodología de estimación \(yvera.tur.ar\)](http://yvera.tur.ar)

3.2.2.1. ESTIMACIÓN DEL GASTO TOTAL EN BASE AL CÁLCULO GASTO PER CÁPITA

Se puede estimar el gasto total a partir de diversos caminos. Por ejemplo, calculando **el gasto per cápita diario** de los consumos efectivamente realizados por los asistentes durante el período de asistencia a la fiesta (en los rubros mencionados previamente) en base a lo declarado por el/la entrevistado/a, dividido la cantidad de acompañantes declarada (grupo familiar). Luego, se calculan los valores promedio del conjunto del público asistente que declara gastos efectivos durante el periodo de asistencia a la fiesta, excluyendo a las personas que no realizaron ningún gasto. **El gasto total de asistentes** surge a partir de la estimación del gasto total promedio per cápita diario, del cálculo de personas

asistentes¹³ (en base a la encuesta y a los registros administrativos de la fiesta) y de los días de asistencia.

El gasto per cápita o total puede analizarse por lugar de residencia (local y visitante) y por rubro (servicios de alojamiento, industria de provisión de alimentos y bebidas, servicios de transporte, servicios culturales, etc.). El gasto total de los asistentes implica el dinero movilizado por parte de los mismos con motivo de la fiesta y el gasto de los visitantes es un dato que se construye para calcular el efecto económico indirecto (porque proviene de personas no residentes) de la fiesta en la economía local.

3.2.2.2 USO DE FUENTES SECUNDARIAS

La utilización de fuentes secundarias, esto es, no producidas de manera interna, enriquece el análisis, ya que permite completar y cotejar la información relevada.

Por ejemplo, para trabajar sobre el dato de turistas puede utilizarse información sobre viajeros, ocupación hotelera, etc., que pueden obtenerse de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación que pueden cotejarse con los datos de gastos relevados en las fiestas. Los datos de la EVyTH se pueden recortar por provincia y se obtienen los valores promedio del gasto diario por persona (incluyendo transporte, comida, alojamiento y excursiones por

estadía). De esta manera, se puede obtener de la EVyTH el gasto promedio diario de turistas de la provincia estudiada realizado por “esparcimiento, ocio, recreación” y comparar con el valor total promedio per cápita diario de la fiesta.

También se puede utilizar esta fuente secundaria para obtener el gasto promedio diario de turistas de la provincia en cuestión para a partir de ahí estimar el gasto total de las personas asistentes a la fiesta. Esta fuente es indispensable cuando no se realiza una encuesta a las/los participantes como fuente primaria de estimación de gastos.

13. Personas que asistieron es distinto a cantidad de asistentes totales, ya que una persona pudo haber asistido más de una vez o tomar más de una entrada. Entonces, las personas que asistieron se puede obtener en base al total de asistentes o entradas totales dividido cantidad de días de asistencia promedio.

EJERCICIO DE ESTIMACIÓN DEL GASTO TOTAL DE ASISTENTES A LA FNT

Para abordar la dimensión económica de los asistentes a la 36 FNT, se realizó un ejercicio de estimación del gasto del total del público local (de Resistencia y de otras sedes) y visitante, que es resultado de la multiplicación del gasto diario promedio por la cantidad de días de asistencia promedio y la cantidad total de personas que asistieron.

La estimación arrojó los siguientes resultados:

	Externos	Locales Resistencia	Locales Otras Sedes	TOTAL
Gasto diario promedio	\$ 4.228	\$ 1.517	\$ 1.262	
Días de participación promedio	3,6	3,5	2,1	
Personas asistentes	518	1.287	2.290	4.095
Gasto Total	\$ 7.880.793	\$ 6.835.673	\$ 6.067.922	\$ 20.784.389

EJERCICIO COMPARATIVO CON LA EVYTH

El gasto promedio per cápita diario del público visitante fue de \$4.228. El gasto promedio diario de turistas en la provincia del Chaco, según datos de 2022 relativos a EVyTH en la provincia, sin considerar el motivo de viaje fue de \$5.374. Y el gasto promedio diario de turistas en la provincia del Chaco, considerando el motivo “esparcimiento, ocio, recreación” fue de \$4.487. Este valor está muy cerca del relevado en la encuesta de la Fiesta Nacional del Teatro.

PERSONAS ASISTENTES Y DÍAS DE PARTICIPACIÓN PROMEDIO

La estimación de personas que asistieron arrojó un total de 4.095.

- ▶ Personas asistentes externas: 518. Días promedio de participación: 3,6.
- ▶ Personas asistentes locales a sede Resistencia: 1.287. Días promedio de participación: 3,5.
- ▶ Personas asistentes locales a otras sedes: 2.290. Días promedio de participación: 2,1.

Los días de participación promedio calculados para las personas asistentes externas también se compararon con la EVyTH, que brinda información acerca de la estadía promedio. En este sentido, la estadía promedio de la EVyTH alcanza una mediana de 2,84, valor que también está en sintonía con los valores obtenidos en la FNT para los visitantes (3,6).

GASTO TOTAL

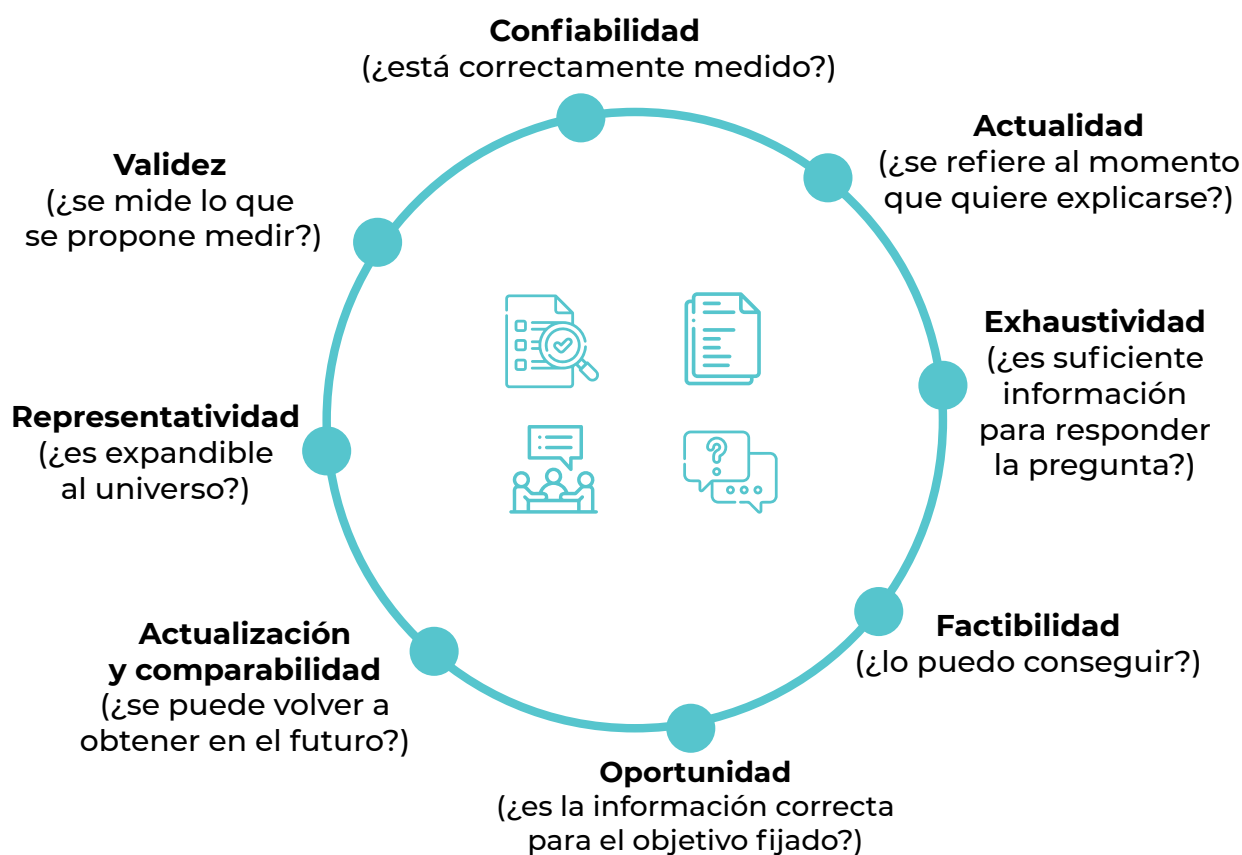
La estimación del gasto total de los asistentes en base al gasto promedio diario estimado y a los días promedio de participación arrojó un total de \$20.784.389.

- ▶ Gasto total asistentes externos: \$7.880.793 ($\$4.228 \times 518 \times 3,6$).
- ▶ Gasto total asistentes locales a sede Resistencia: \$6.835.673 ($\$1.517 \times 1287 \times 3,5$).
- ▶ Gasto total asistentes locales a otras sedes: \$6.067.922 ($\$1.262 \times 2290 \times 2,1$).

Pese a que representan una octava parte de los asistentes totales, los asistentes externos (visitantes) realizaron casi el 40% del gasto total en la FNT.

4. Herramientas metodológicas para la recolección de información

A continuación, se presentan herramientas metodológicas de relevamiento de datos referidos a las dimensiones económicas y sociales de las fiestas y festivales. El diseño y selección de las mismas dependerá de los objetivos, recursos y tiempos disponibles de cada estudio. En este sentido, a la hora de diseñar las herramientas metodológicas a utilizar es conveniente tener en cuenta las siguientes consideraciones:



Existen dos grandes tipos de metodologías: cuantitativa y cualitativa (que pueden emplearse exclusiva o complementariamente). La primera se utiliza para responder preguntas que requieren respuestas numéricas (datos estructurados y estandarizados), mientras que la metodología cualitativa busca comprender y analizar el significado y la interpretación que las personas atribuyen a los temas estudiados, y valora la subjetividad, la diversidad de perspectivas y el contexto social en el análisis.

La elección de una u otra metodología depende de los objetivos propuestos y las preguntas por responder. En ese sentido, mientras las herramientas cuantitativas permiten conocer tendencias generales en un grupo determinado a través de estadísticas, el enfoque cualitativo permite analizar opiniones, sentimientos, experiencias y conocimientos en un grupo reducido de personas.

A continuación se presenta una selección de herramientas disponibles para cada metodología.

4.1.1. ENCUESTA

La encuesta es una técnica de investigación a gran escala que se utiliza para recopilar datos referidos a una muestra representativa de la población. A través de un cuestionario estructurado que se aplica a un conjunto de personas seleccionadas por el/la investigador/a, se obtiene una "foto" de un momento y lugar particular. Permite dar cuenta de los aspectos estructurales y/o atributos generales de una población o grupo de personas, o las razones u opiniones que tienen las personas sobre un determinado tema.

Según el tipo de administración, se conocen diversos formatos: presenciales (cara a cara en el mismo lugar); telefónicas; en línea o virtuales autoadministradas (se responden sin la guía de un/a encuestador/a) a través de un cuestionario en un sitio web. Es posible combinar varios formatos de encuestas.

El formato de la encuesta dependerá de los propósitos de la investigación, la población objetivo, el presupuesto y los recursos disponibles, así como de los aspectos éticos y el tipo de privacidad que se disponga para la recopilación de datos.

VENTAJAS:

- ▶ Se pueden administrar en línea, por teléfono o en persona, lo que facilita la llegada a una gran cantidad de participantes de manera rápida y efectiva.
- ▶ Proporcionan una gran cantidad de información en un corto período de tiempo, lo que permite una evaluación rápida y eficaz de una gran cantidad de datos.
- ▶ Permiten un alto nivel de control sobre el proceso de recolección de datos, lo que garantiza que todos los participantes reciban las mismas preguntas y se administren de la misma manera.
- ▶ Facilita la comparación de resultados.

DESVENTAJAS:

- ▶ Suelen ser costosas. El desarrollo de una encuesta amplia (muestra y cuestionario) puede ser complejo, en términos de recursos humanos y económicos.
- ▶ Las encuestas pueden ser difíciles de entender para algunas personas, lo que puede llevar a respuestas incorrectas o imprecisas.
- ▶ En la administración del cuestionario, pueden escasear las referencias contextuales, con lo que la información obtenida se limitará a las opciones ofrecidas en el cuestionario.

EJEMPLO:

Se pueden utilizar encuestas para conocer el perfil de los/as asistentes (edad, género, trabajo, etc): a partir de la selección de una muestra del total de asistentes, se aplica un cuestionario durante o después del evento, que indague acerca de las características de las y los concurrentes, las modalidades de asistencia, etc. Por ejemplo, los [estudios de público](#) realizados por el Teatro Nacional Cervantes, a través del área de Gestión de Públicos.

4.1.2. REGISTROS ADMINISTRATIVOS

Al interior de las organizaciones se generan diversos registros administrativos que forman parte de los procesos de trabajo y que, aunque no constituyen fuentes estadísticas en su origen, congregan un conjunto de datos primarios recabados de manera sistemática que pueden transformarse en datos estadísticos.

Por eso, siempre conviene participar en la confección de los formularios o planillas utilizadas durante los eventos a estudiar. El diseño de preguntas, opciones de respuestas, y el modelo de relevamiento de los datos permite generar información que responda a los interrogantes del estudio y poner en diálogo diversos registros entre sí.

VENTAJAS:

- ▶ Bajo costo de producción de datos: en tanto procedimiento normativo, estos registros se generan en los procesos de trabajo de las propias instituciones y no redundan en costos operativos de campo.
- ▶ Su gran volumen y cobertura permiten la realización de análisis imposibles de realizar con otras fuentes.
- ▶ Posibilitan la construcción de series de datos.

DESVENTAJAS:

- ▶ Dificultades en la conversión de los registros administrativos a registros estadísticos, debido a la falta de correspondencia entre las unidades administrativas y las estadísticas y a divergencias en las definiciones de las variables.
- ▶ Discontinuidad en los registros administrativos, lo que imposibilita la creación de series históricas.

EJEMPLO:

En una fiesta o evento, se pueden identificar como registros administrativos las bases de datos de corte de entradas (tickets) y diversas planillas de producción con información respecto de actividades, sedes, elencos, y grupos artísticos utilizadas para la organización y logística.

SOBRE LOS/AS ASISTENTES

Para contabilizar asistentes, dependiendo del tipo de gestión de la entrada, las sedes y los días de duración, se pueden considerar:

► **Ingreso con entradas (tickets).** A través del conteo de entradas entregadas (pagas o gratuitas) es posible conocer el total de personas que ingresaron durante el evento ("foto" del día).

► **Conteos manuales.** En eventos en donde la entrada es libre (sin ticket), se pueden usar contadores manuales (cuenta ganado) u otros registros que contabilizan las personas que ingresan al predio (estos sistemas requieren que las puertas de entrada y de salida estén delimitadas para identificar claramente los ingresos y egresos). Los sistemas de conteo pretenden ser exhaustivos, pero su precisión depende de las personas afectadas a la tarea y de la cantidad de asistentes.

► **Estimaciones de ocupación del espacio.** El cálculo por superficie ocupada parte de la observación presencial o del análisis de fotografías y videos para estimar la cantidad de personas que caben

por metro cuadrado (por caso, las fuerzas de seguridad consideran 4 personas por m²). Las imágenes y/o videos pueden ser analizadas a través de software de análisis de video para contar personas, pero este método puede ser algo impreciso debido a la calidad de la imagen, la iluminación y otros factores.

► **Conteo de celulares.** Nuevas tecnologías permiten contabilizar los celulares conectados a internet a través de las señales de WiFi. Este método permite conocer el total de personas que asistieron al evento y sus movimientos.

Por último, es necesario aclarar que algunas de las estrategias mencionadas permiten conocer el total de personas que asistieron a una jornada. Si el evento se realizó durante varios días la sumatoria de entradas representa el total de asistentes, no así de personas ya que las mismas pueden asistir a varios días del evento (duplicados). Si se necesita calcular el número de personas asistentes, se deberán realizar otras estimaciones.



4.2. HERRAMIENTAS CUALITATIVAS

4.2.1. ENTREVISTA

La entrevista es una técnica de investigación en la que el investigador hace preguntas a los participantes de manera oral para recopilar información detallada sobre sus opiniones, sentimientos, experiencias y conocimientos (conversación sistematizada). A veces las entrevistas son un buen complemento de las encuestas u otros métodos cuantitativos.

Pueden ser estructuradas (con preguntas específicas en un orden predeterminado) o no estructuradas (con preguntas guía sin orden predeterminado).

VENTAJAS:

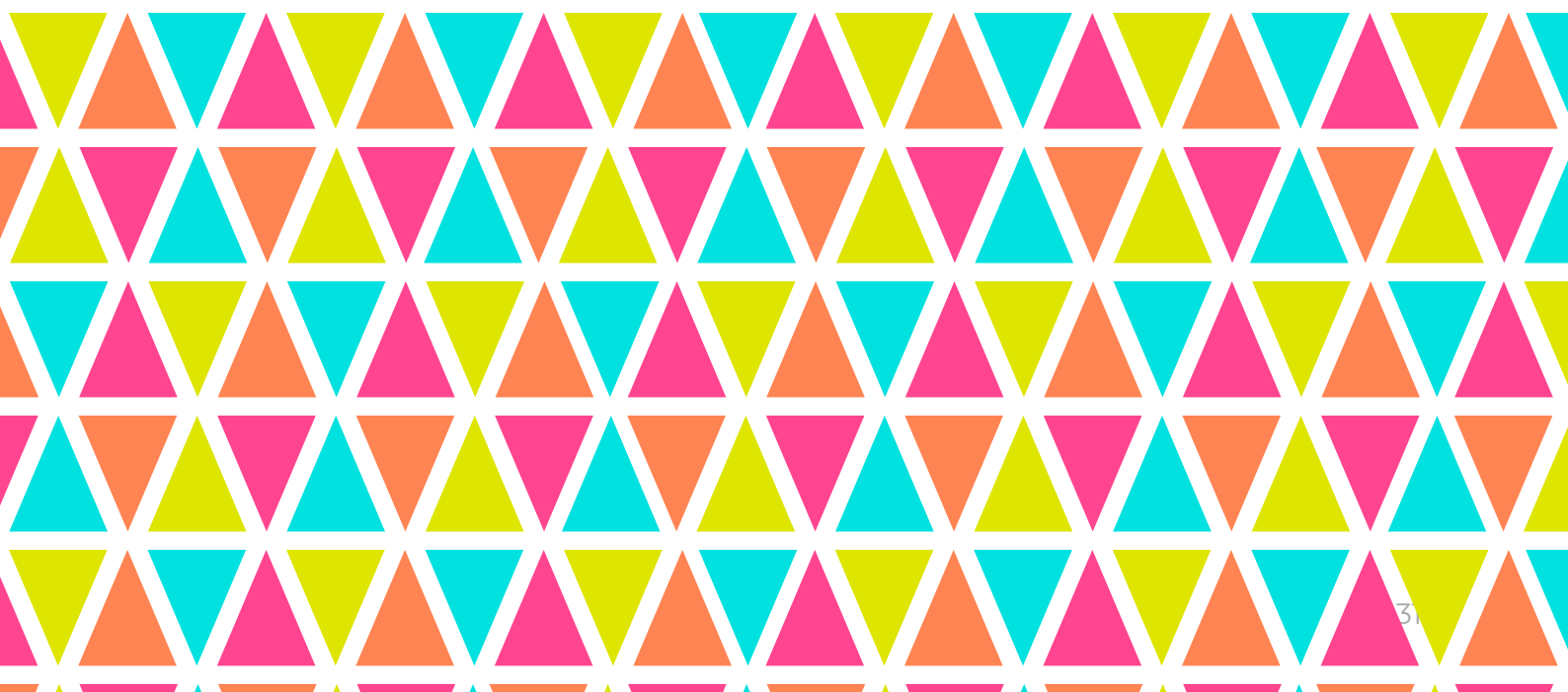
- ▶ Son flexibles en cuanto al tipo de información que puede recolectarse.
- ▶ Permiten una comunicación más personal y profunda entre el/la entrevistador/a y el/la entrevistado/a.
- ▶ Pueden adaptarse a las necesidades de la investigación, y admiten las aclaraciones y repreguntas en un marco de interacción directo y personalizado.

DESVENTAJAS:

- ▶ Dificultad para realizar generalizaciones y/o comparaciones entre grupos o conjuntos de personas.
- ▶ Requieren tiempos prolongados de realización (en comparación con las encuestas).

EJEMPLO:

Se pueden realizar entrevistas en profundidad a los organizadores de las fiestas y festivales para obtener información sobre los propósitos y conocimientos de la fiesta, los ejes programáticos, los montos y rubros de inversión, etcétera.



4.2.2 FOCUS GROUP

Es una entrevista libre que se realiza a un grupo de personas. Se trata de un método para percibir las opiniones e ideas de una comunidad a partir de una selección aleatoria o con variables controladas, de un grupo reducido de personas (grupo representativo de la comunidad).

VENTAJAS:

- ▶ En comparación con las entrevistas y encuestas, permiten obtener información en menor tiempo.
- ▶ Presentan costos de implementación relativamente bajos.

DESVENTAJAS:

- ▶ Dificultad para la comparación de datos.
- ▶ Respuestas superficiales derivadas de vicios en las dinámicas grupales (parcialidad del moderador, inhibiciones de los/as integrantes, etc.).

EJEMPLO:

Focus group con feriantes y/o artistas, gestores/as, productores/as culturales que participaron de la fiesta o festival para conocer sus opiniones sobre el evento, o identificar problemáticas y oportunidades.



El estudio sobre la 36° Fiesta Nacional del Teatro en Chaco utilizó dos herramientas para el relevamiento de datos e información:

a. Encuesta al público: para caracterizar a las personas que asistieron al evento y dimensionar los gastos realizados durante su participación. El operativo de campo se realizó durante una semana en 17 de los 26 teatros y/o espacios culturales correspondientes a 11 de las 15 localidades sedes del evento.

Se diseñó un cuestionario estructurado con 17 preguntas (en su mayoría cerradas), organizadas en torno de tres ejes principales: 1) Perfil de público asistente; 2) Caracterización de la asistencia; y 3) Consumos y gastos durante el evento.

La encuesta se realizó de manera presencial a las personas asistentes a las obras en momentos previos al inicio de las funciones programadas. Como método de selección-inclusión, se aplicó un muestreo dirigido, no probabilístico cuyos resultados no permiten calcular niveles de error y confianza, pero cumplen con los objetivos de indagación previstos.

b. Registros administrativos: se analizaron los datos publicados en actas y convenios institucionales, planillas de producción, planillas de elencos y obras, entre otros recursos administrativos empleados en la organización y el desarrollo del evento.

La información relativa a las obras seleccionadas, las funciones realizadas, los espacios sedes, y los elencos convocados se construyó a partir de los datos relevados en las planillas de programación.

Los datos de espectadores/as por función se obtuvieron a partir de la sistematización de las planillas de bordereaux generadas al finalizar cada función. El bordereaux es un documento administrativo con carácter de declaración jurada que los espacios presentan a Argentores, organismo de gestión de derechos de autor. Los espacios consignan la cantidad de personas asistentes, las entradas vendidas y el monto total de recaudación. A partir de ese monto, se calcula el porcentaje correspondiente a derechos de autor, que se liquida a Argentores. El análisis de esa documentación permitió contabilizar la cantidad de entradas entregadas y los ingresos por venta de entradas (en el caso de las funciones con ingreso pago).

5. Síntesis

Para el análisis de las fiestas y festivales, se propuso una serie de pasos para medir y caracterizar las fiestas y festivales como políticas públicas.

En primer lugar, se avanzó con la definición de las fiestas populares y los festivales, y su clasificación por temáticas. Además se presentó una clasificación de actividades y una serie de recomendaciones que intentan establecer los límites y alcances de las mediciones.

En una segunda etapa, se definieron ejes de análisis de las fiestas y festivales (fiestas como política pública y público asistente) y se construyeron los respectivos indicadores: programación, actividades, inversión y trabajadores/as movilizados/as; perfiles de públicos (datos sociodemográficos y

características de participación) y gasto realizado. Finalmente, se presentaron algunas de las herramientas metodológicas disponibles para la recolección y construcción de datos e información.

Los pasos o etapas presentadas en este informe son una guía para el diseño y organización de un estudio sobre las fiestas y festivales. Cada diseño puede abordar todos o solo algunos de los ejes o aspectos propuestos. Por ejemplo, si solo se quiere conocer el gasto del público asistente se puede optar por realizar una encuesta durante el evento; si el objetivo es conocer la representación por género en la oferta artística, se puede analizar la programación y la composición de los grupos y elencos a través de registros administrativos.



Diagnóstico	Ejes de análisis	Indicador	Herramienta	
Actores claves	Organizador/a	Inversión	Porcentaje de inversión por institución	Resoluciones, convenios y/o contratos con detalle presupuestario.
		Programación (oferta)	Distribución de espectáculos programados por tipo de público objetivo	Planilla de producción y logística (rooming list).
		Programación	Criterios de curaduría y selección de actividades	Programa del evento y/o planillas de programación. Entrevista al director/a artístico/a (programador/a).
	Trabajadores/as	Trabajo	Porcentaje de artistas contratados	Planillas de personas contratadas (expedientes) y/o seleccionados/as en convocatorias.
	Público asistente	Asistencia	Total de entradas entregadas	Registro de corte de ticket o pulsera (diario).
		Perfil	Asistencia a eventos culturales durante el último año	Encuesta
		Gastos	Gastos realizados en bebidas y comidas durante su participación	Encuesta

6. Bibliografía

Convenio Andrés Bello (2015). Guía metodológica para la implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica.

Costa Rica. Ministerio de Cultura y Juventud (2015). Metodología de medición de eventos culturales masivos.

González, E., et al (2015). Medición y caracterización del impacto económico y el valor social y cultural de Festivales en Colombia. Universidad EAN.

INDEC (2022). Cuenta satélite de turismo de la Argentina : metodología de estimación : año base 2004 y serie 2016-2019 a precios corrientes / 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Instituto Nacional de Estadística y Censos-INDEC;Ministerio de Turismo y Deportes-MINTURDEP, 2022.

Mendicoa, Gloria (2003) Capítulo VI. El estudio del problema in situ. En Sobre tesis y tesisistas: lecciones de enseñanza-aprendizaje. Pág. 97-136. Espacio Editorial. Buenos Aires.

Pizano, O., et al (2004). La fiesta, la otra cara del patrimonio. Valoración de su impacto económico, cultural y social. Bogotá D. C.: Convenio Andrés Bello.

Sautu, Ruth (2010) Capítulo 1, la construcción del marco teórico en la investigación social. En Manual de metodología. Pág. 26-68. Ed. Prometeo-FLACSO. Buenos Aires.

SInCA (2018). Plataforma de asistencia técnica. Público. Módulo 4. Aproximaciones conceptuales.

SInCA (2018). Plataforma de asistencia técnica. Programación Cultural. Módulo 5. Aproximaciones conceptuales.

Subsecretaría de Fortalecimiento Institucional, Secretaría de Gestión y Empleo Público, Jefatura de Gabinete de Ministros (2022). Guía para el diseño de evaluación de políticas públicas. Buenos Aires: Subsecretaría de Fortalecimiento Institucional.

Universidad EAN (2015). Medición y caracterización del impacto económico y el valor social y cultural de Festivales en Colombia.

