

INVESTIGACIÓN



DIRECCIÓN
OBSERVATORIO
y Gestión del Conocimiento Cultural

Estudio de Percepción

Joropo al parque

2023

La **BOGOTÁ**
que estamos construyendo



SECRETARÍA DE
CULTURA, RECREACIÓN
Y DEPORTE





Marcela Garzón García
Líder de investigación

Carlos David Suárez M
Alexandra Moreno Arteaga
Karen Julieth Higuera Rodríguez
Investigadores Observatorio

Gisela Castrillón Moreno
Líder de analítica de datos

Juan Carlos Rozo Pérez
Equipo de campo

Luna Sabina Velandia
Diseñadora del Observatorio de Cultura

Créditos

**Claudia López
Hernández**
Alcaldesa Mayor
de Bogotá

**Catalina Valencia
Tobón**
Secretaria de
Cultura, Recreación y
Deporte

Luis Felipe Calero
Subsecretario de
Cultura Ciudadana y
Gestión del
Conocimiento

**Camilo Tiria
Buitrago**
Director Observatorio
y Gestión del
Conocimiento
Cultural

Resumen



La zona de emprendimiento, una potencia para la economía cultural: se identifica la zona de emprendedores invitados como un fuerte eslabón para fortalecer el ecosistema de emprendimiento local. En este escenario pueden ocurrir estrategias para el crecimiento de la economía de la ciudad enfocado en el apoyo a los bienes y servicios culturales, y en un futuro se podrían establecer índices para el empleo joven, el apoyo a las mujeres emprendedoras y la implementación de estrategias para la creación de redes colaborativas. Este escenario podría aportar al intercambio de buenas prácticas, teniendo en cuenta que los bienes culturales, en muchas ocasiones, se encuentran aisladas de procesos relacionados con tecnologías, la ciencia y la innovación, por lo que podría ser una desventaja competitiva frente a otros sectores económicos. Por ello, la potenciación y sistematización de esta iniciativa podría ser un ejemplo para diversas regiones del país en pro de la economía cultural.



El festival se muestra como un escenario potente para la promoción de la cultura llanera: para los artistas este evento se constituye como una plataforma de reconocimiento y visibilización de los grupos, lo que se manifiesta en el aumento de sus seguidores en redes sociales, mientras que para los asistentes es un espacio para conocer nuevos artistas en vista del bajo porcentaje de reconocimiento inicial sobre quienes conforman la programación. El festival puede avanzar en esta vía, con la generación de escenarios que promuevan la investigación y la reflexión académica en torno a la cultura llanera, fortaleciendo de este modo la identidad de Bogotá como una ciudad cultural y artísticamente diversa.



El festival en sus dos escenarios (evento musical y Llanódromo) se muestra como un espacio familiar: se evidencia que los asistentes acuden en su mayoría en familia al Festival, además manifiestan que deberían generarse espacios para la infancia y primera infancia. En esta medida es importante promover ámbitos que contemplen al público infantil y que promuevan en este la apropiación de la cultura llanera, tal como sucede en otros festivales que comparten con Joropo al Parque el carácter familiar, como lo es, por ejemplo, Jazz al Parque. De este modo se avanzaría en los esfuerzos por garantizar los derechos culturales de esta población de especial protección, como son los niños y las niñas.



El festival logra convertirse en un referente y escenario de encuentro de la cultura llanera colombo-venezolana: la mayoría de los asistentes declara tener un gusto anterior por la música y las expresiones artísticas de esta cultura, lo que lo acerca a constituirse en un escenario de nicho. Sin embargo, el público del festival, que no es residente u oriundo de Bogotá, es en su mayoría colombiano (de los llanos orientales y Boyacá, principalmente) y menos de otros países.

Programa Festivales al Parque

El programa Festivales al Parque es uno de los mayores amplificadores de la creación musical local. Sus festivales se han constituido como una parte de la identidad cultural de Bogotá, a través del encuentro ciudadano, la cohabitación de diversas estéticas, multiculturalismo e inclusión, brindando a los habitantes de la ciudad oportunidades de expresión, disfrute y conocimiento colectivo de la música. El programa articula diferentes modelos de gestión, apoya la proyección de las propuestas musicales, ofrece a la ciudadanía espectáculos de libre acceso e involucra a todas las dimensiones del campo musical. (Idartes, 2023)

Los Festivales al Parque surgieron hace más de 25 años como una estrategia de política pública que apuntó, por un lado, a la visibilización, el desarrollo y el fomento de las prácticas musicales desarrolladas en la ciudad, ante la falta de infraestructuras culturales adecuadas para la circulación de las mismas. En 1997 se realizó la primera versión de Salsa al Parque y el primer Festival de Música Llanera. En 1998 el Distrito llevó a cabo la primera versión de Opera al Parque y en el 2002 tuvo lugar la primera versión de Colombia al Parque, que nació como un espacio cultural destinado únicamente a la música colombiana.

Este programa surge desde la Gerencia de Música del Idartes con la misión de unir a la ciudadanía en diferentes espacios de encuentro para el disfrute de la música, brindar innovadoras posibilidades a los artistas y responder a las exigencias y necesidades del sector, afrontando el reto común de pensar nuevas formas de gestión para la música.

En estos espacios de y para la ciudad, los festivales se postulan como un lugar de encuentro simbólico, de esperanza compartida y restablecimiento del tejido social. (Idartes, 2022).

Los Festivales han sido también, desde su concepción en la década de los 90's, un espacio para la promoción de la tolerancia, la convivencia pacífica y la cultura ciudadana. A su vez, sustentados sobre la gratuidad que ha caracterizado al conjunto de festivales que hacen parte del programa, éstos se erigieron como parte de un esfuerzo realizado desde el Distrito por garantizar el acceso a los derechos culturales de todos los ciudadanos.

La riqueza en las acciones culturales que se hacen desde el Programa Festivales al Parque obligan a realizar procesos de investigación para identificar motivaciones y expectativas de la ciudadanía en cuanto a esta propuesta de ciudad, alrededor de la música, por ello se ha propuesto un trabajo mancomunado para la recolección de información entre la Dirección del Observatorio y Gestión del Conocimiento Cultural y la Gerencia de Música de Idartes.

En el presente documento se encontrarán los hallazgos más significativos del estudio realizado y algunas recomendaciones para la mejora progresiva de los festivales teniendo en cuenta el sentir de la ciudadanía.



El estudio

Para comprender la importancia de la gestión cultural en la ciudad que se hace a través de los Festivales al Parque, se quiere mencionar en primera medida la invitación que se hace desde diversos lineamientos políticos, a experimentar nuevas maneras de hacer para la cultura que le permitan a los actores de esta cadena musical crear, promover, circular y expandir su arte.

Por un lado y teniendo en cuenta la preocupación que hay alrededor de la vulnerabilidad en el sector cultural, especialmente después de la crisis mundial gracias al Covid - 19, La Unesco manifiesta en su conferencia mundial de Políticas Culturales y de Desarrollo Sostenible (2022) la importancia de posicionar la cultura como bien público mundial con el fin de fomentar el desarrollo de sectores culturales y creativos para apoyar la economía creativa.

Por ello, se quiere traer desde la Unesco el modelo Políticas para la creatividad: guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas (2010), orientado a los directores de industrias culturales y responsables de políticas para el fomento del sector cultural y creativo. Este modelo tiene como fin facilitar la tarea de transformar los modos de crear, distribuir, consumir y disfrutar los bienes y servicios culturales, y pretende aclarar los criterios y los procesos de gestión que se dan en el sector.

La invitación es dar un nuevo paso en la arquitectura de la política pública para comprender y aprovechar las características del comercio intangible y de los productos de la creatividad. El primer paso para esta nueva concepción, es crear una política nacional de industrias culturales y creativas dotada de estrategias eficaces, capaces no solo de hacer brillar la cultura local, sino también de convertirla en una fuente de riqueza para los agentes creadores involucrados.

Por otro lado, y teniendo en cuenta el enfoque multicultural que tienen los Festivales al Parque, es importante resaltar que esta estrategia aporta para que los ciudadanos gocen de los derechos culturales propuestos desde la Unesco, los cuales son una parte integrante de los derechos humanos, y al igual que estos son universales, indivisibles e interdependientes. El respeto por ellos y su promoción son esenciales para sostener la dignidad humana y la interacción social entre sujetos y comunidades desde una versión positiva, en medio de un mundo caracterizado por la diversidad cultural. (Unesco, 2018)

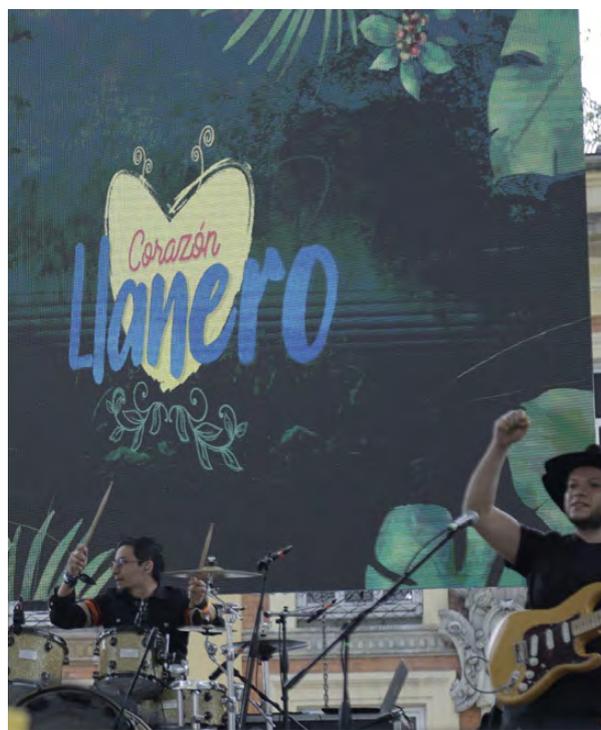
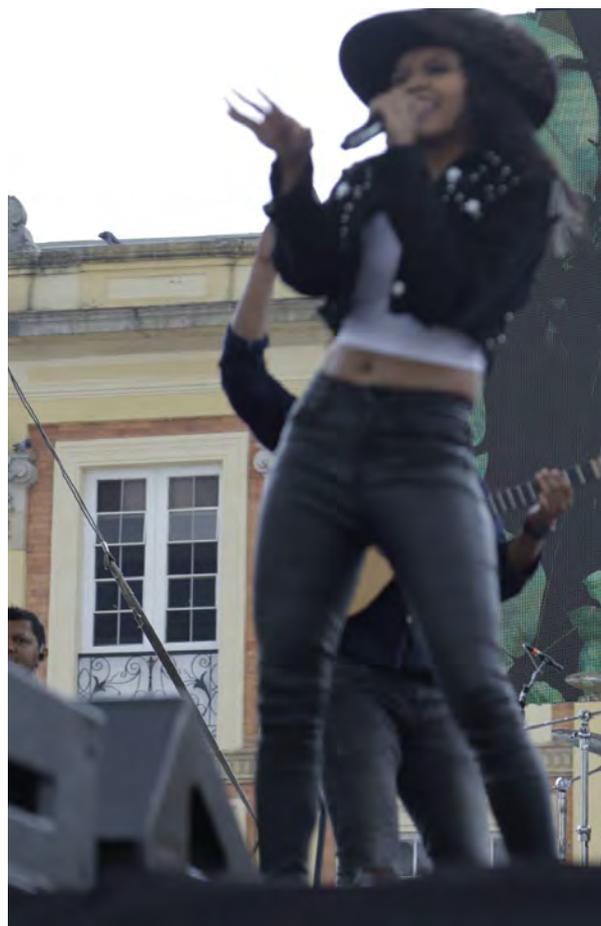
Para su promoción y protección, se establecen 5 elementos importantes; disponibilidad, lo cual implica que todos los bienes y servicios culturales estén disponibles para el disfrute y aprovechamiento, lo que propicia la interacción cultural y configuración de la identidad cultural; accesibilidad, esto significa que los bienes y servicios culturales deben estar a un alcance físico y financiero de todas las personas, lo que implica tener en cuenta a las poblaciones con necesidades diversas como adultos mayores, poblaciones indígenas, migrantes, etc.; aceptabilidad, aquí interviene el derecho a la consulta informada y los mecanismos de participación para que las medidas adoptadas e instauradas desde las autoridades sean aceptadas por los ciudadanos; adaptabilidad, esta categoría invita a que las políticas y programas sean lo suficientemente flexibles para acoger y respetar la diversidad cultural de las comunidades, y por último; idoneidad, la cual invita a que las estrategias sean adecuadas al contexto y la modalidad cultural, de acuerdo a la necesidades de cada país.

Desde el Observatorio se considera que en diferentes medidas y alcances, el Programa Festivales al Parque apoya, de alguna manera, la gestión de los derechos culturales gracias a su mecanismo de gestión tanto para los artistas como para la ciudadanía. El reto a futuro, es buscar herramientas que permitan comprobar este supuesto.

En la legislación nacional se ha establecido un marco para la gestión cultural que va de garantía de los derechos culturales de la ciudadanía y la promoción de los valores de una nación que se concibe a sí misma en la diversidad, al establecimiento de espectáculos públicos orientados a la realización y el disfrute de expresiones artísticas y culturales – entre las que se encuentra la música – y, más recientemente, al desarrollo de las economías culturales y creativas.

Dicha estructura se ha construido desde 1991 hasta el presente sobre la definición de una nación diversa, tal como lo expresa el Artículo 7 de la Constitución Política de la República de Colombia, según el cual “El Estado reconoce y protege la diversidad étnica y cultural de la nación colombiana”. La misma carta establece a continuación, en su Artículo 8, que “Es obligación del Estado y de las personas proteger las riquezas culturales y naturales de la Nación”.

Más adelante se consagran en la misma Constitución los artículos 70 y 71 en los que se establece, primero, la obligación del Estado de “promover y fomentar el acceso a la cultura de todos los colombianos en igualdad de oportunidades”.



En segundo lugar se determina que “La cultura en sus diversas manifestaciones es fundamento de la nacionalidad” y que “El Estado reconoce la igualdad y dignidad de todas las [culturas] que conviven en el país”. Enseguida se dictamina que “El Estado promoverá la investigación, la ciencia, el desarrollo y la difusión de los valores culturales de la Nación”, así como que “Los planes de desarrollo económico y social incluirán el fomento a las ciencias y, en general, a la cultura. El Estado creará incentivos para personas e instituciones que desarrollen y fomenten la ciencia y la tecnología y las demás manifestaciones culturales y ofrecerá estímulos especiales a personas e instituciones que ejerzan estas actividades”.

Puede afirmarse que tal diversidad cultural se ve en parte recogida y promovida por el conjunto de Festivales al Parque. Entre éstos, Colombia al Parque se destaca por buscar una relación con las expresiones artísticas que no se define a través de géneros musicales específicos – a diferencia de otros festivales del programa –, sino con un conjunto diverso de expresiones musicales y dancísticas cultivadas en el territorio de colombiano, encarnando el ideal de la nación multicultural sancionada en la Constitución de 1991.

Ya este tipo de eventos obtuvo un grado mayor de formalización a través de Ley 1493 de 2011, “por la cual se toman medidas para formalizar el sector del espectáculo público de las artes escénicas, se otorgan competencias de inspección, vigilancia y control sobre las sociedades de gestión colectiva y se dictan otras disposiciones”. En este articulado se estableció que:

“a) El Estado impulsará, estimulará y fomentará los procesos, proyectos y actividades culturales, respetando la diversidad cultural de la nación colombiana. b) En ningún caso el Estado ejercerá censura sobre la forma y el contenido ideológico y artístico de las realizaciones y proyectos culturales. c) El Estado fomentará la creación, ampliación y adecuación de infraestructura artística y cultural y garantizará el acceso de todos los colombianos a la misma (...) f) El Estado tendrá como objetivo fundamental de su política cultural la preservación del Patrimonio Cultural de la Nación, el apoyo y el estímulo a las personas, comunidades e instituciones que desarrollen o promuevan las expresiones artísticas y culturales en los ámbitos locales, regionales y nacionales.”

Esta misma ley definió que “Son espectáculos públicos de las artes escénicas, las representaciones en vivo de expresiones artísticas en teatro, danza, música, circo, magia y todas sus posibles prácticas derivadas o creadas a partir de la imaginación, sensibilidad y conocimiento del ser humano que congregan la gente por fuera del ámbito doméstico”, comprendiendo en tal definición las siguientes dimensiones: 1. Expresión artística y cultural, 2. Reunión de personas en un determinado sitio y 3. Espacio de entretenimiento, encuentro y convivencia ciudadana”.

En diálogo con la intención de promover las industrias creativas y culturales, propiciando una sinergia entre esfuerzos públicos y privados orientados al mercado, esta Ley estableció en su Artículo 21, dedicado a la “Generación de recursos de la infraestructura pública destinada para la realización de espectáculos públicos”, que “Las entidades públicas que tengan a su cargo infraestructura cultural destinada para la realización de espectáculos públicos podrán estimular y crear planes, programas y proyectos de carácter comercial, afines con los objetivos de tales espacios, para que puedan constituirse en fuentes de recursos autónomas para la financiación de su funcionamiento”.

En este sentido es importante resaltar la conformación en el país de la *Economía Cultural y Creativa*, entendida como un conjunto de actividades económicas que combinan la creación, producción, representación, exhibición, comunicación y comercialización de contenidos de naturaleza cultural (DANE, 2023). A través de esta política se busca generar un proceso de transformación social y económica, la contribución a la generación de empleo y como herramienta para fomentar el desarrollo local, la cohesión social y el bienestar. (OCDE, 2022).

Desde el plano Distrital, se contempla el *Plan de Desarrollo Distrital de Bogotá, 2020 - 2024* y su visión de ciudad como un ejemplo global en reconciliación, educación, acción colectiva, desarrollo sostenible e inclusión social y productiva para garantizar igualdad de oportunidades para la libertad, en particular para las mujeres y los jóvenes, con enfoque de género, diferencial, territorial, de cultura ciudadana y de participación, que junto con una movilidad sostenible y accesible, la disminución de los índices de inseguridad en la ciudad y una institucionalidad fortalecida regionalmente, hará de Bogotá una ciudad cuidadora, incluyente, sostenible y consciente, donde la educación pertinente y de calidad es el principal factor de transformación social y económica. (Concejo de Bogotá, 2020)

En relación con los Festivales al Parque, dentro del Plan se proponen las meta 24 y 25 orientadas a Promover la participación, la transformación cultural, deportiva, recreativa, patrimonial y artística que propicien espacios de encuentro, tejido social y reconocimiento del otro, con ello:

1. Aumentar el porcentaje de la población que realiza prácticas culturales
2. Aumentar el porcentaje de la población que realiza al menos una práctica vinculada con el patrimonio cultural inmaterial

Con el anterior marco de carácter político, se acredita la importancia de estas acciones culturales en pro de la construcción de una ciudadanía cuidadora, incluyente, sostenible y consciente, la cual es la ciudadanía que aspira Bogotá desde la actual administración.



¿Qué es Joropo al Parque?

Joropo al Parque es uno de los festivales que conforman el Programa de Festivales al Parque que promueve Idartes. Su primera edición se realizó en el 2022 y en sus dos versiones el escenario ha sido la plaza de Bolívar. Este Festival se constituye como un punto de encuentro entre las diversas expresiones artísticas de los Llanos Orientales. En sus dos ediciones el festival ha contado con un Llanódromo donde se exhiben las distintas danzas propias de la cultura llanera.

Como parte de la programación, el domingo 25 de junio se realizó la segunda versión del *Llanódromo* en Bogotá, un recorrido por la Carrera Séptima que inició en el edificio Murillo Toro y finalizará en el Parque Santander, con la participación de 14 agrupaciones que exhibieron sus coreografías llaneras en las modalidades de danza tradicional, académica e innovación, este escenario es una oportunidad para compartir los saberes de los Llanos Orientales a través del cuerpo y el movimiento.

Para esta versión, Joropo al Parque se realizó el 24 y 25 de junio, contó con la participación de artistas locales y nacionales siendo los invitados principales de este encuentro.

Entre los artistas invitados estuvo presente el Cholo Valderrama, cantante y compositor, ganador del Grammy Latino y quien cuenta con más de 40 años de carrera artística, fue el encargado de dar cierre al segundo día del festival con su importante repertorio llanero.

También estuvo Jhon Onofre, una de las voces más importantes de la música llanera que llega desde Granada-Meta, con una propuesta innovadora que pretende atraer a nuevos públicos.

En los artistas nacionales se encontraron Alma llanera del Orocué, Fundación Cultural Gavilán, Grupo profesional Cachilapo, Corporación el Repique, El Joropo es un espectáculo, Academia puro Joropo-grupo Gavancito infantil profesional, Grupo infantil Cachilapo y Fundación Cultural Linaje al Bordón.

Otros grupos distritales son D´raza, Grupo de Danza Folclórica Universidad La Gran Colombia, Ventrís Danza, Andares colombianos, y la Fundación artística y cultural Son de Mi Tierra.



Asimismo, la cuota distrital estuvo a cargo de Banco Largo, una agrupación de jóvenes intérpretes que se han destacado a nivel nacional e internacional por su talento; el Grupo Herencias que llega con una propuesta vocal-instrumental y una puesta en escena del baile de joropo; Las Bellezas de mi Llano que busca rescatar la memoria histórica del país a través de los sonidos del arpa como instrumento representativo del folclor llanero, y el Grupo Tranquero conformado por maestros de alta trayectoria y representantes del folclor colombo-venezolano.

Además de la danza, otros invitados participaron en el festival como el historiador y folclorista Arialdo Chaquea y Luz Marina Carpio los cuales pasaron a formar parte del libro "50° Torneo Internacional del Joropo", el cual busca resaltar personajes regionales, al igual que para mostrar al mundo, la profundidad y calidad de la cultura llanera. También estuvieron presentes las intervenciones musicales de Fabio Cadena y Carlos Rico, artistas provenientes de Arauca.

También estuvo presente la agrupación femenina Lllamarada que busca mostrar el papel de la mujer en el escenario musical llanero; Édgar Ramírez - El Cimarrón de la Copla que presentará su propuesta de música llanera campesina; Gustavo Rozo, y la Agrupación Llanera Los Centauros.

Metodología de la investigación

Se diseñó una metodología cuantitativa compuesta por tres encuestas dirigidas a tres públicos distintos: asistentes al festival, emprendedores y artistas. A continuación se describen los objetivos, características y contextos de aplicación de los tres instrumentos mencionados.



Asistentes al festival: con el propósito de caracterizar y conocer las percepciones de los asistentes al festival Joropo al Parque 2023, para ello se proyectó una encuesta para realizar un sondeo no probabilístico. El instrumento fue aplicado mediante interceptación aleatoria los días 24 y 25 de junio y se levantaron en total 548 encuestas.



Emprendedores: para caracterizar a los emprendimientos que tuvieron stands en el Festival Joropo al Parque 2023, se proyectó una encuesta. Se realizaron en total 14 encuestas por interceptación aleatoria.



Artistas: con el fin de comprender la experiencia de los artistas en el Festival Joropo al Parque, se realizó una encuesta a 13 de los artistas participantes, 12 de ellos músicos y un grupo de danza. El instrumento fue aplicado posterior a las presentaciones donde se obtuvieron las percepciones sobre el festival, las motivaciones a participar y en qué otros escenarios circula la cultura llanera en Bogotá.



Eventos Académicos: Si bien no hubo eventos académicos para esta versión del Festival, las encuestas programadas para artistas incluyeron preguntas direccionadas a conocer la intención de participación en eventos académicos o sobre sus percepciones si en un futuro se permitiera este tipo de escenarios en el festival.

Hallazgos

Conteo de Joropo al Parque

Para el caso específico del Festival Joropo al Parque 2023, el equipo de mediciones mantuvo contacto vía correo electrónico institucional con los productores del evento días antes del mismo, con el fin de determinar la cantidad de accesos, horarios del festival y apoyos logísticos. Adicional a esta comunicación, se diseñó un plan operativo que definió la cantidad de jóvenes y apoyos para la realización de los conteos, que se encargaron del levantamiento de la información y la cantidad de supervisores, quienes estuvieron a cargo de verificar la calidad del conteo durante el Festival.

Para la realización de los conteos se establecieron dos turnos de 15 personas en dos puntos de acceso para el evento, repartidos de la siguiente forma:

- 3 personas en el ingreso de la carrera 7a
- 3 personas en el ingreso de la calle 11 con carrera 7ª
- 3 personas en el ingreso de la calle 11 con carrera 8
- 3 personas en el ingreso de la calle 10 con carrera 7ª
- 3 personas en el ingreso de la calle 10 con carrera 8a

Este esquema equivale a tener 39 personas, un líder de equipo (coordinador) y tres supervisores, desde la apertura de puertas hasta las 9:00 p.m. en cada uno, de los dos días del festival. Quienes realizaron el conteo discriminando por sexo, lo que permite evitar errores de duplicidad de conteos y facilita la observación al momento del ingreso. Estos jóvenes recibieron capacitación permanente en el tema de conteos y conocen la importancia de realizar correctamente el registro.

El equipo de coordinación (Líder de operativo y los tres supervisores) se encargaron de verificar constantemente la adecuada disposición del equipo de jóvenes en los filtros, además de realizar registro fotográfico del operativo.

Junio 24

A continuación, se exponen los resultados para el conteo realizado el día sábado 24:

Joropo al Parque							
Hora	Hombres	Mujeres	Ingreso Total	Salidas	Aforo	Ingreso Acumulado	Aforo por hora
12:00 a 01:00 p.m.	0	0	0	0	0	0	0
01:00 a 02:00 p.m.	1.102	1.441	2543	2.441	102	2.543	102
02:00 a 03:00 p.m.	1.529	1.879	3408	2.290	1118	5.951	1.220
03:00 a 04:00 p.m.	1.865	1.932	3797	2072	1725	9.748	2.945
04:00 a 05:00 p.m.	1.916	2.248	4164	1721	2443	13.912	5.388
05:00 a 06:00 p.m.	1.589	1.821	3410	1756	1654	17.322	7.042
06:00 a 07:00 p.m.	1.208	1.504	2712	1656	1056	20.034	8.098
07:00 a 08:00 p.m.	926	926	1852	1327	525	21.886	8.623
08:00 a 09:00 p.m.	264	224	488	167	321	22.374	8.944

Estos datos reciben un ajuste por omisión del 10%, esto quiere decir que se les aumentó este porcentaje para suplir cualquier tipo de omisión al momento de registrar su ingreso, por ejemplo, una ruptura de filtros, accesos por áreas restringidas o sencillamente por distracción de quien realiza el conteo.

El consolidado de asistencias (una vez realizado el ajuste de omisión del 10%) se muestra en la siguiente tabla:

Joropo al Parque							
Hora	Hombres	Mujeres	Ingreso Total	Salidas	Aforo	Ingreso Acumulado	Aforo por hora
12:00 a 01:00 p.m.	0	0	0	0	0	0	0
01:00 a 02:00 p.m.	1.212	1.585	2.797	2.558	239	2.797	239
02:00 a 03:00 p.m.	1.682	2.067	3.749	2.648	1.101	6.546	1.340
03:00 a 04:00 p.m.	2.052	2.125	4.177	2.128	2.049	10.723	3.389
04:00 a 05:00 p.m.	2.108	2.473	4.580	2.062	2.518	15.303	5.907
05:00 a 06:00 p.m.	1.748	2.003	3.751	1.950	1.801	19.054	7.708
06:00 a 07:00 p.m.	1.329	1.654	2.983	1.837	1.146	22.037	8.854
07:00 a 08:00 p.m.	1.018	1.019	2.037	1.441	596	24.074	9.450
08:00 a 09:00 p.m.	290	246	537	177	360	24.611	9.810

Junio 25

A continuación, se exponen los resultados para el conteo realizado el día domingo 25. Como en los datos anteriores estos datos reciben un ajuste por omisión del 10%.

Joropo al Parque junio 5							
Hora	Hombres	Mujeres	Ingreso Total	Salidas	Aforo	Ingreso Acumulado	Aforo por hora
12:00 a 01:00 p.m.	0	0	0	0	0	0	0
01:00 a 02:00 p.m.	3.234	3.619	6.853	4.710	2143	6.853	2.143
02:00 a 03:00 p.m.	4.202	4.507	8.709	5.774	2935	15.562	5078
03:00 a 04:00 p.m.	2.695	2.972	5.667	4.258	1409	21.229	6487
04:00 a 05:00 p.m.	3.404	3.446	6.850	5.952	898	28.079	7385
05:00 a 06:00 p.m.	2.805	2.846	5.651	4.297	1354	33.730	8739
06:00 a 07:00 p.m.	1.943	1.648	3.591	4.667	-1076	37.321	7663
07:00 a 08:00 p.m.	1.282	1.100	2.382	1.962	420	39.703	8083
08:00 a 08:09 p.m.	0	0	0	0	0	39.703	8083

El consolidado de asistencias (una vez realizado el ajuste de omisión del 10%) se muestra en la siguiente tabla:

Joropo al Parque junio 5							
Hora	Hombres	Mujeres	Ingreso Total	Salidas	Aforo	Ingreso Acumulado	Aforo por hora
12:00 a 01:00 p.m.	0	0	0	0	0	0	0
01:00 a 02:00 p.m.	3.557	3.981	7.538	4.710	2.828	7.538	2.828
02:00 a 03:00 p.m.	4.622	4.958	9.580	5.774	3.806	17.118	6.634
03:00 a 04:00 p.m.	2.965	3.269	6.234	4.258	1.976	23.352	8610
04:00 a 05:00 p.m.	3.744	3.791	7.535	5.952	1.583	30.887	10193
05:00 a 06:00 p.m.	3.086	3.131	6.216	4.297	1.919	37.103	12112
06:00 a 07:00 p.m.	2.137	1.813	3.950	4.667	-717	41.053	11395
07:00 a 08:00 p.m.	1.410	1.210	2.620	2.142	478	43.673	11873
08:00 a 08:30 p.m.	0	0	0	0	0	43.673	11873

En resumen, el Festival Joropo al Parque 2023 contó con un total de 68.284 asistencias durante los días (24 y 25) de junio, discriminados por sexo los datos recabados fueron los siguientes: 32.960 hombres y 35.324 mujeres:

	Total	Hombres	Mujeres
Asistencias totales al festival	68.284	32.960	35.324
Asistentes 04 de junio	24.611	11.438	13.173
Asistentes 05 de junio	43.673	21.522	22.152

Durante el Festival se tuvo un aforo máximo por día de:

24 de junio un aforo máximo de 9.810 y el 25 de junio, un aforo máximo de 12.112 personas, como lo muestran los siguientes cuadros.

24 de Junio de 2023

Ingreso consolidado	
General	24.611
Hombres	11.438
Mujeres	13.173

Mayor Aforo
9.810

Mayor Aforo
12.112

25 de Junio de 2023

Ingreso consolidado	
General	43.673
Hombres	21.522
Mujeres	22.152

Experiencia de la ciudadanía

Perfil sociodemográfico

Un primer hallazgo tiene que ver con el perfil sociodemográfico de los asistentes al festival. Relacionado a esto, un dato relevante es que el 84.9% de los ciudadanos que acudió a las presentaciones musicales reside en Bogotá, principalmente en localidades como Santafé, Suba, Bosa y Kennedy, y muy pocos en Tunjuelito, Fontibón y Antonio Nariño. Del 15.1% que no reside en Bogotá, el 9.9% vive en otro municipio, que pueden ser tanto ciudades vecinas como Soacha, Mosquera, Madrid o Fusagasugá, de los llanos orientales como Acacías, Tauramena o Arauca, o de otras regiones como Flandes, La Dorada, Popayán o Bucaramanga. El 5.1% que reside en otro país lo hace, en orden proporcional, en México, Perú, Venezuela y Panamá, principalmente. De este porcentaje de asistentes que residen fuera de la ciudad, el 24% se trasladó a Bogotá con el objetivo de asistir al festival, y el resto lo hizo por otras razones como visitar familiares, educarse o formarse, trabajar o pasar sus vacaciones.

Ahora bien, si el 84.9% de los asistentes reside en Bogotá, apenas el 51.1% nació en la ciudad, siendo que el 33.9% es oriundo de otro municipio colombiano (de las más diversas regiones colombianas, sin que sobresalgan ni los llaneros ni los cundinamarqueses) y el 13% lo es de otro país (destacándose los venezolanos que sumaron el 59% de esta población, seguidos de los mexicanos con un 14%). Estos asistentes al festival, habitan en Bogotá mayoritariamente hace menos de 10 años (65.7%), mientras que el 36% hace menos de dos años.

Entre los asistentes al *Llanódromo* los residentes en Bogotá fueron el 82%. Ya los que viven en otro municipio son el 16.2%, de los cuales los llanos orientales alcanzan el 62.2%, mientras que del 1.8% que viven en otro país, se destacan los habitantes de Francia y México. De todos estos, el 65% estuvo en la ciudad para ver el festival Joropo al Parque. Por otro lado, entre los asistentes al *Llanódromo* también hay un porcentaje importante (32.1%) de quienes no nacieron en Bogotá. El 40% de estos es oriundo de los llanos, el 24.9% de Boyacá y el restante de otros municipios colombianos. Quienes provenían de otros países lo hicieron, en este orden, de Francia, México y Venezuela. La mayoría de estos (41.9%) vive en Bogotá hace más de 10 años, pero hay un gran porcentaje que apenas reside en la ciudad hace menos de uno (28.8%). Los demás asistentes nacidos fuera de Bogotá, llevan habitando la capital entre 2 y 10 años.

En términos de edades, hay diferencias entre ambos espacios: a las presentaciones musicales acudieron sobre todo jóvenes entre los 18 y los 27 años (43.9%), seguidos de adultos entre los 28 y los 59 años (39.6%), y en menor medida adolescentes entre 13 y 17 años (15.5%) y de adultos mayores de 60 años (10%), mientras que al *Llanódromo* fueron más adultos (66.7%) seguidos por los jóvenes (19.8%), y por muchos menos adolescentes (2.7%), pero asistió casi la misma proporción de adultos mayores que a las presentaciones musicales (10.8%).

Esto guarda relación con las ocupaciones de los asistentes, pues si bien la mayoría de los encuestados en ambos espacios se dedican a trabajar (61.1% en las presentaciones musicales y 64.9% en el *Llanódromo*) y hay un porcentaje casi idéntico de quienes estudian (9.5% y 9.9%), hay un peso mayor de quienes trabajan y estudian entre quienes fueron a ver las presentaciones musicales (16.6%) que entre quienes fueron al *Llanódromo* (12.6%) y, por el contrario, una presencia mayor de pensionados entre quienes fueron al *Llanódromo*, 5.4%, frente a quienes estuvieron disfrutando de las presentaciones musicales (4.7%).



La misma diferencia se encuentra con relación a las personas que se dedican exclusivamente a los oficios del hogar, más presentes en el Llanódromo (6.3%) que en el evento de presentaciones musicales (3.3%).

Finalmente vale mencionar que si bien los asistentes a ambos espacios no se identifican con ningún grupo étnico, racial o cultural (70.1% para los asistentes a las presentaciones musicales y 68.5% de quienes fueron al Llanódromo), quienes sí lo hicieron se identifican mayoritariamente como mestizos (12.6% y 18.9%), o blancos (6.2% y 7.2%). Como asistentes a las presentaciones musicales hubo más personas que se identificaron como afrocolombianas o negras (4.9%) o indígenas (2.6%) que en el Llanódromo donde estos valores alcanzaron apenas el 1.8% y el 0.9% respectivamente.



Relación de los asistentes con el festival

Joropo al Parque 2023 fue un festival al que se asistió mayoritariamente en familia (39.11%) y con amigos o amigas (27%). En menor medida, los asistentes acudieron al evento en compañía de sus parejas o cónyuges (20.6%), o bien, lo hicieron solos (17.7%). Muy pocas personas fueron con sus compañeros o compañeras de trabajo o estudio. Ese carácter familiar que los asistentes de Joropo al Parque le otorgan al festival, se ve ratificado por su opinión sobre la edad mínima que debería exigirse para asistir al evento, puesto que para la mayoría de los asistentes (62.2%) la primera infancia (0 a 5 años) y la infancia (6 a 12 años) deberían tener permitido el ingreso, así como los adolescentes (13 a 17 años). Apenas un 17.7% considera que solo deberían asistir personas adultas.

El Llanódromo es un espacio percibido de modo aún más familiar: el 49.5% de las personas fue en familia y el 19.8% con sus parejas o cónyuges. Quienes fueron con amigos (15%) o con compañeros de trabajo o estudio (4.5%) alcanzan casi un 20%, prácticamente la misma proporción de quienes asistieron solos (18.95%).

El festival Joropo al Parque apenas ha tenido 2 ediciones, y por lo tanto su público es necesariamente un público en formación. No sorprende, por lo tanto, que entre quienes respondieron haber asistido una sola vez, o cero veces, se alcance un valor del 75.4%. Un 16% manifestó haber ido a las dos ediciones del festival, ambas ocurridas tras la pandemia de Covid-19. Lo que sí sorprende es el porcentaje de personas que manifestaron haber acudido a 3 o más ediciones de Joropo al Parque (8.6%) y podemos suponer que pudieron haber respondido teniendo en mente otros festivales de la marca al parque. Ya en el Llanódromo, apenas un 20.7% de los asistentes manifestó haber acudido a la versión del año pasado.

El festival Joropo al Parque tiene un abanico de ofertas que incluye presentaciones musicales y de baile, venta de productos y comida. Como otros de los eventos Al Parque, este festival es en sí mismo un espacio para el encuentro de las personas. Los instrumentos aplicados buscaron identificar cuáles de estos aspectos tuvieron un mayor peso entre las motivaciones que movilizaron a los ciudadanos a asistir al festival. A los encuestados se les pidió que eligieran sus tres motivaciones principales.

El interés por la programación musical es el motivo principal de asistencia, llegando al **45.3%**



Dato que suma las opciones tanto por ver grupos y artistas conocidos (33.8%) como por conocer nuevos grupos y artistas (11.5%). Este interés se mantiene en primer lugar cuando se comparan las segundas opciones elegidas por los encuestados (32.1%).

Las opciones de respuesta que vinculan al evento con el uso del tiempo libre están en el mismo nivel de motivación: “curiosidad por conocer el festival” llega a un 24.6%; “pasaba por ahí” 11.3%; “porque es gratis” 5.3%, y “por costumbre” 2.4%: valores que sumados alcanzan el 43.6%, casi el mismo peso que tiene la oferta musical. En cuanto a la segunda motivación principal, estas opciones sostienen exactamente el mismo porcentaje, algo similar a lo que sucede con el interés por la programación musical.

En tercer y cuarto lugar se ubican los intereses que dimensionan al festival como espacio de sociabilidad y como escenario para el baile. En cuanto al primer aspecto, las opciones de respuesta aumentan sus valores cuando se referencian como segunda motivación: “conocer gente nueva” (pasa de 4.0% a 6.4%) y “encontrar amigos o amigas” (pasa de 2.2% a 3.8%). Ya con relación al baile, aunque como primera opción no tienen mucha frecuencia de respuesta, también como segunda aumenta su valor. “Bailar” pasa del 1.6% al 6.8% y “ver bailar” del 1.5% al 4.2%.

Cuando se les pidió a los asistentes que mencionaran el tercer motivo principal para asistir al festival, la dimensión del uso del tiempo libre destacó al 47.4% (sobresaliendo la gratuidad del evento con un 18.8%), seguido de las opciones relativas al baile (17.4%), a la sociabilidad (15%) y finalmente a la oferta musical (12.7%)



Esto quiere decir que, para los asistentes a Joropo al Parque 2023, el festival es atractivo en proporciones semejantes por su oferta de presentaciones musicales – con una apertura a conocer nuevas agrupaciones y artistas – y como un espacio de disfrute del tiempo libre – un evento que provoca curiosidad, un festival gratuito que vale la pena conocer y que atrae a transeúntes que pasan por el lugar. En tercera instancia, Joropo al Parque se ve como un espacio para el encuentro social entre amigos que ofrece, aunque en menor medida, la posibilidad de conocer gente nueva; y, finalmente, el festival es reconocido como un evento para bailar y ver bailar.

Entre los asistentes al *Llanódromo*, las motivaciones fueron un poco diferentes. Sorprende que aunque en esta franja del festival la programación musical no era el centro de la oferta,

en contraste con “bailar” (5.4%), y aún más claro frente a “ver bailar”, la oferta central de este espacio del festival, que apenas sumó el (0.9%).

Al indagarse por la segunda motivación principal, la oferta musical se sostiene con los valores más altos (39.6%), bajando luego hasta el 10.8%, ya como tercera elección. Al contrario, las opciones de respuesta relacionadas con el baile pasan al 31.5% y al 40.5% como segunda y tercera alternativa.

Varias opciones que pueden relacionar al festival con el uso del tiempo libre (“curiosidad por conocer el festival”, “pasaba por aquí”, “por costumbre”, “porque es gratis”) suman juntas 33.3% como primera alternativa, 22.5% como segunda y 9.7% como tercera.



“ver grupos y artistas conocidos” (45.9%) y “conocer nuevos grupos y artistas” (9%), alcanzan el **54.9%** como principal motivo de asistencia

Es necesario destacar la curiosidad por conocer el festival, elegida por el 13.5% de los asistentes como su primera opción, por ser la segunda más elegida individualmente después de ver grupos y artistas conocidos. Finalmente, el festival fue menos reconocido como espacio para la sociabilidad, con valores siempre menores al 4%.

Surge una imagen del Llanódromo como un espacio y una franja de programación a la que los asistentes acuden menos para ver bailar que para ver artistas musicales (sean conocidos o, en mucha menor medida, desconocidos) o para pasar el tiempo libre, en gran parte por la curiosidad que despierta el más nuevo de los festivales Al Parque. Los ciudadanos que fueron al Llanódromo no tuvieron como principal motivación bailar, ver bailar o aprender a bailar, pero el baile aparece como un motivo importante para el segundo y el tercer nivel de interés entre la ciudadanía.

Por otro lado, más de la mitad de los asistentes a las presentaciones musicales indicó que gastaría menos de \$10.000 pesos en transporte y el 45% menos de 20.000 en alimentación. Sin embargo, se verifica que un porcentaje de quienes acudieron a Joropo al Parque estuvo dispuesto a gastos mayores: un 20% a gastar más de \$20.000 en transportes, y un 36% destinó más de \$40.000 tanto para alimentación como para la compra de artículos en la zona de emprendimiento.

El 42.3% de los asistentes al Llanódromo declaró que gastaría menos de \$10.000 pesos en transporte, el 67.1% menos de \$30.000 en alimentación, pero hubo quienes estuvieron dispuestos a invertir más de \$40.000 en transporte (18.3%) y más de \$70.000 en alimentación (19.7%).



Programación

Los asistentes a Joropo al Parque 2023 se interesaron principalmente por los artistas nacionales (82.3%): el 30.8% de los ciudadanos manifestó reconocer alguno de estos, el 46% haber oído la música de los que reconocía y 25.1% había asistido a alguna de sus presentaciones en vivo. Ya el 20.4% se mostró interesado por las agrupaciones distritales: el 18% reconocía al menos una de estas, el 34.9% declaró haber escuchado su música y el 17.5% haber estado en alguna de sus presentaciones en vivo. El 19.2% se mostró interesado en los bailarines distritales que se presentaron en el festival.

Se les preguntó a los asistentes acerca de opinión de la programación musical de esta versión del festival frente a la anterior, y aunque la mayor parte de los asistentes asistió por primera vez a Joropo al Parque, sus respuestas pueden permitirnos un acercamiento a su satisfacción frente a la programación musical, que en general resulta alta: el 56% de los asistentes declaró que la selección de agrupaciones nacionales mantuvo la calidad del año pasado, mientras que para el 42% mejoró, así como el 61.1% manifestó que la calidad de los artistas distritales permaneció igual, ante el 37.8% para quienes mejoró.

Por el lado de la oferta de danza, el 41.4% de los ciudadanos que acudieron al Llanódromo manifestaron reconocer a algunos de los bailarines distritales que se presentaron en ese espacio, y el 46% haber asistido a algunas de sus presentaciones. En opinión del 47.7% esta oferta artística mejoró y para otro 47.7% permaneció igual.



Divulgación del festival

Hay que resaltar que los asistentes a Joropo al Parque 2023 se enteraron del evento principalmente en el mismo lugar del festival (25.3%) un valor atípico frente a los demás festivales



medidos en este año, valor que aumentaría al 32% al sumarse algunas de las respuestas incluidas bajo “otros”: “estar de paso”, “al llegar”, “casualidad”, “caminando”. Esto debe ponerse en relación con el alto porcentaje que declaró asistir al evento porque “pasaba por el lugar” (11.3%) y “por curiosidad” (24.6%) y seguramente debe tener relación con la afluencia de visitantes al centro de Bogotá durante los fines de semana.

El segundo medio a través del cual se enteraron los asistentes de la ocurrencia del festival fue internet, aunque en un valor (24.5%) muy inferior al de los asistentes a Colombia al Parque o Salsa al Parque, la televisión estaría en tercer lugar (14.3%), mientras que la información que provino de otros ciudadanos ocuparía el cuarto puesto con 13.2%. Fuera de la televisión, otros medios más tradicionales como la radio (4.9%) y en menor medida la prensa (1.6%), alcanzan valores mucho más bajos. Un 3.8% se enteró en su lugar de trabajo.

Al desglosar los canales de internet por los cuales los asistentes tuvieron noticia del festival, sobresalen las redes de la SCRD (56.4%) seguidas en un segundo nivel por las redes de los artistas participantes (19.5%) y de los medios de comunicación (12%). En tercer nivel se encuentran las redes de otras personas (6.8%), la página oficial del festival (3.8%) y otras páginas (1.5%).

Entre los asistentes al Llanódromo la divulgación corrió por vías semejantes. **La mayoría se enteró a través de otro ciudadano (29.7%) o en el mismo lugar del evento (26.1%),**



En consonancia con las respuestas obtenidas en el evento central del festival. En tercer lugar, se encuentra el internet (25%) y en menor medida el lugar de estudio o trabajo (6.3%), y los medios tradicionales como la televisión (5.4%) y la radio (1.8%). Los canales de internet que informaron a la ciudadanía que fue al *Llanódromo* acerca del evento fueron: redes vinculadas a la SCRD, 60%; redes de artistas participantes, 17.9%; redes de otros medios de comunicación, 14.3%, y la página oficial de Joropo al Parque, 7.1%.

Satisfacción frente a los diversos aspectos del festival

La satisfacción sobre los demás aspectos del festival es consistentemente **buena o excelente**, con todos los aspectos evaluados positivamente por encima del **97.1%**



sonido e iluminación; logística del ingreso y vías de acceso; horarios y lugar del evento; comportamiento de los demás asistentes y seguridad y, significativamente, la cantidad y ubicación de los baños, estos últimos dos de los aspectos que reciben una menor calificación por parte de los asistentes a otros festivales Al Parque.

El 35.9% de los asistentes pudo conocer la zona de emprendimientos que fue evaluada como buena o excelente en un 95.9%. Hay que mencionar que esta vez no se indagó por la satisfacción sobre la oferta y variedad gastronómica, un punto crítico para los demás festivales.

Para los asistentes al Llanódromo, algunos aspectos evaluados tuvieron calificaciones ligeramente más bajas que las obtenidas por quienes acudieron a las presentaciones musicales.

Los mejor calificados fueron el comportamiento de los demás (99.1%) y la seguridad (96.4%) y, por otro lado, el sonido (97.3%); enseguida se encuentran aspectos como el horario del evento (94.6%), las vías de acceso (93.7%), la logística del ingreso (91.9%) y el lugar del evento (90.6%), que tuvieron una buena calificación, aunque un poco menor. El factor peor valorado por los asistentes al *Llanódromo* fue el aseo, considerado bueno o excelente apenas en un 80.1%.

Otras indagaciones permiten acceder a otras dimensiones de evaluación del festival por parte de la ciudadanía. A continuación, se referencian simultáneamente los datos obtenidos de los asistentes tanto al evento musical como al *Llanódromo*, que indican que en la experiencia de estos últimos fueron más alcanzados diferentes objetivos del festival.

A nivel artístico, por ejemplo, Joropo al Parque 2023 permitió valorar las propuestas artísticas para el 95.3% de los asistentes a las presentaciones musicales y para el 96.4% de los asistentes al *Llanódromo*; traer nuevas expresiones artísticas a la ciudad para el 94.9% y 97.3%; ser referente de la música, la danza y la cultura de los llanos colombianos y venezolanos para el 92.5% y el 95.5%; y conocer propuestas de bailarines y bailadores para el 89.4% y el 92.8%.

En un plano de afirmación de la diversidad cultural

el festival hizo posible valorar y respetar a otros grupos y culturas (95.1% y 99.1%),



lograr un camino de encuentro y diálogo en torno al joropo (91.6% y 95.5%), y en menor medida relacionarse con personas de otros grupos étnicos, culturales y/o poblacionales (81.2% y 96.4%).

En tanto evento que permite el uso del tiempo libre y el disfrute, vale destacar que ofreció a los ciudadanos la oportunidad de realizar actividades distintas a las habituales en un



96.4 y 99.1%

Frente al reconocimiento de política cultural del distrito hay que destacar que

El festival da la posibilidad a los bogotanos de **sentirse orgullosos de la ciudad por su oferta cultural**, en opinión del **96.9 y 99.1%**



Finalmente, frente a otro plano de evaluación vinculado a las sociabilidades, el festival les permitió a los asistentes hacer amigos un 56.9% y un 87.4%



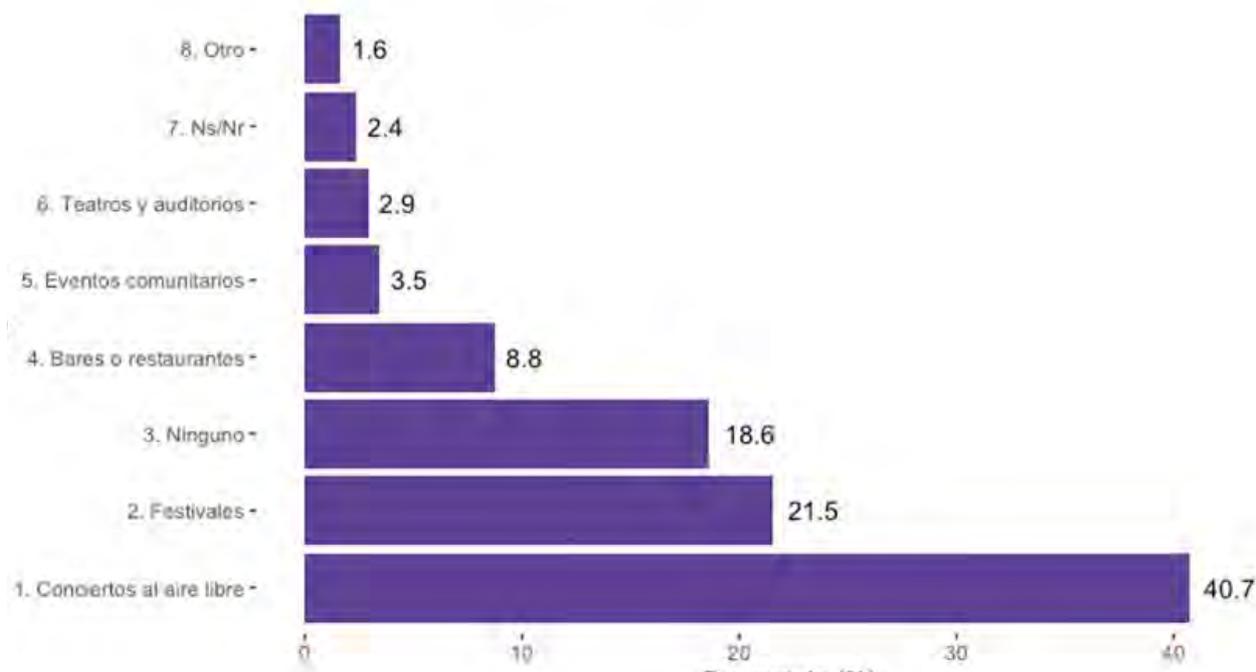
Prácticas de escucha

Los asistentes a las presentaciones musicales del festival suelen escuchar joropo mayoritariamente en medios digitales, principalmente en Youtube (55.7%) y plataformas de streaming, ya sea en su versión paga (14.6%) o gratuita (2.7%) y en menor medida en radio digital (5.5%) o música descargada en el computador o el celular (2.4%). Los oyentes de radio tradicional alcanzan un 12%, y quienes escuchan esta música en presentaciones en vivo son un 6%. En este sentido, vale destacar que la escucha en formato digital (YouTube, plataformas de streaming, descargas) es menor que, por ejemplo, la que manifestaron los asistentes a Salsa al Parque 2023, mientras que es mayor la audiencia en radio tradicional y, sobre todo, en presentaciones en vivo. El mismo bajo porcentaje del 1.1% le fue otorgado en ambos casos a la escucha en medio fonogramas (cd, cassette, vinilo).

El 75.9% de los asistentes al festival declaran que su gusto por la música y la danza llanera es antigua y cuando oyen joropo prefieren buscar artistas y canciones que ya conocen (52%) sobre buscar nuevas propuestas de artistas y canciones (48%). Cuando estos ciudadanos van a presentaciones en vivo, acuden principalmente a conciertos al aire libre y festivales (40.7% y 18.6% respectivamente), y en tercer lugar a bares (8.8%). En menor medida los asistentes van a eventos comunitarios (3.5%) o teatros o auditorios (2.9%). Hay que destacar que el 18.6% manifestó no acudir a escenarios de música en vivo para escuchar joropo. Sin embargo, quienes lo hacen, asisten con una baja frecuencia: anualmente el 41.9%, trimestralmente el 22.2%, mensualmente el 20.1% y semanalmente el 6.5%. El 52% de los ciudadanos encuestados indicaron que pagan por asistir a estos eventos frecuente u ocasionalmente y el 45% declaró nunca hacerlo.



Gráfico: Asistencia a Escenarios de Música en Vivo entre los asistentes a las presentaciones musicales de Joropo al Parque 2023 (Base: 79)



Sobre sus prácticas de baile, el 71.2% manifestó que sabe bailar joropo, aunque en general, los ciudadanos bailan con poca frecuencia: un 39.6% declaró que no baila nunca, 28.% que lo hace anualmente, mientras que apenas menos del 20% baila más seguido: semanalmente 9.9% y mensualmente el 9%. La gente baila principalmente en fiestas con familiares y amigos (43.3%), en casa solo (a) (34.3%) y, en menor medida, en escuelas o academias (13.4%). En bares y restaurantes apenas baila un 3.0%.

Ya entre quienes no saben bailar joropo, el **88.3%** manifestó que quiere aprender.



Eventos académicos

Debido a que Joropo al Parque es un festival muy reciente, no se realizaron eventos académicos. Sin embargo, los 13 artistas entre músicos y bailarines que fueron encuestados, manifestaron que les gustaría participar en algún evento de estas características en el marco del festival. Principalmente argumentaron que estos espacios fomentan la enseñanza y la expansión de la cultura llanera, siendo un foco de apoyo para la misma e impulsan la creación de semilleros de investigación. A los artistas les permitiría compartir con nuevos artistas, lo que fomentaría un intercambio de conocimientos y un complemento entre los mismos. Así mismo, impulsarían la música entre las nuevas generaciones y los invitaría a ampliar conocimientos sobre la cultura. Esto se puede ver en el siguiente gráfico:

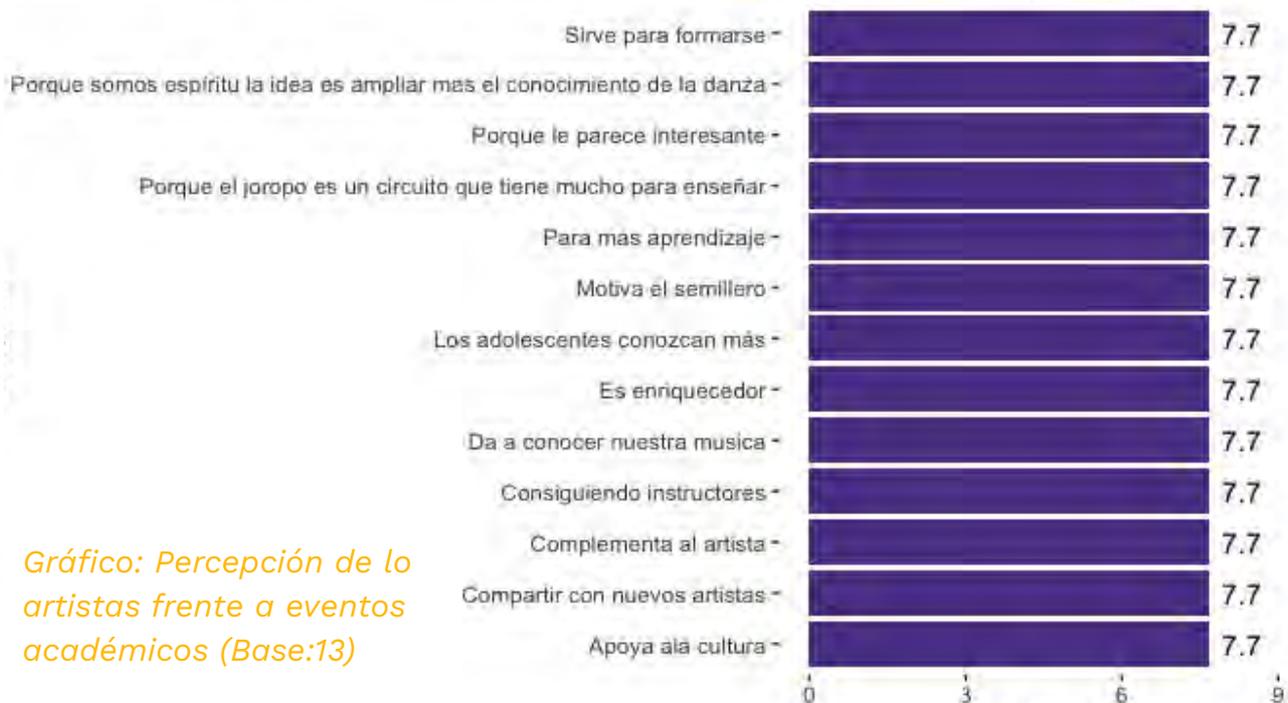


Gráfico: Percepción de lo artistas frente a eventos académicos (Base:13)

Frente a los artistas que les gustaría ver en estos espacios académicos, cada artista mencionó a uno de su interés, a dos de los artistas les gustaría ver participando al Cholo Valderrama, los otros artistas dijeron que sería interesante la participación de artistas tradicionales de la cultura llanera y otros artistas internacionales. Así mismo se mencionaron los siguientes nombres: Choco Maraquero, Fernando Tovar, Alexander Yawa, Gustavo Vásquez, Inain Castañeda, Jimena, Juan Carlos Contreras, Luis Moreno y Shakira.

Experiencia de los artistas

Caracterización de artistas

Los artistas que participaron en Joropo al Parque se dividen entre músicos y bailarines, de los cuales se encuestaron 13, de estas encuestas 12 corresponden a grupos musicales y 1 a bailarines. Del 100% el 92.3% fueron hombres y el 7.7% mujeres, sus edades oscilan entre los 19 y 68 años. En su mayoría los grupos participantes provienen de Bogotá (61.5%) y el 38.5 % de otras regiones como Cundinamarca, Villavicencio (Meta), Trinidad y Yopal (Casanare). El 53.9% viven en Bogotá, en las siguientes localidades: Usaquén (15.4%), Fontibón (7.7%), Kennedy (7.7%), San Cristóbal (7.7%), Santa Fe (7.7%) y Suba (7.7%); y el 46.2% viven fuera de Bogotá.

La mayoría de las personas encuestadas se dedican a trabajar (61.5%) seguido de estudiar y trabajar (23.1%). El 23.1% aseguró que su mayor grado educativo es técnica o tecnológica completa, de igual manera el 23.1% alcanzó una educación universitaria incompleta, el 7.7% culminó sus estudios universitarios, el 7.7% obtuvo especialización y el 7.7% maestría.

Motivación y percepción del festival

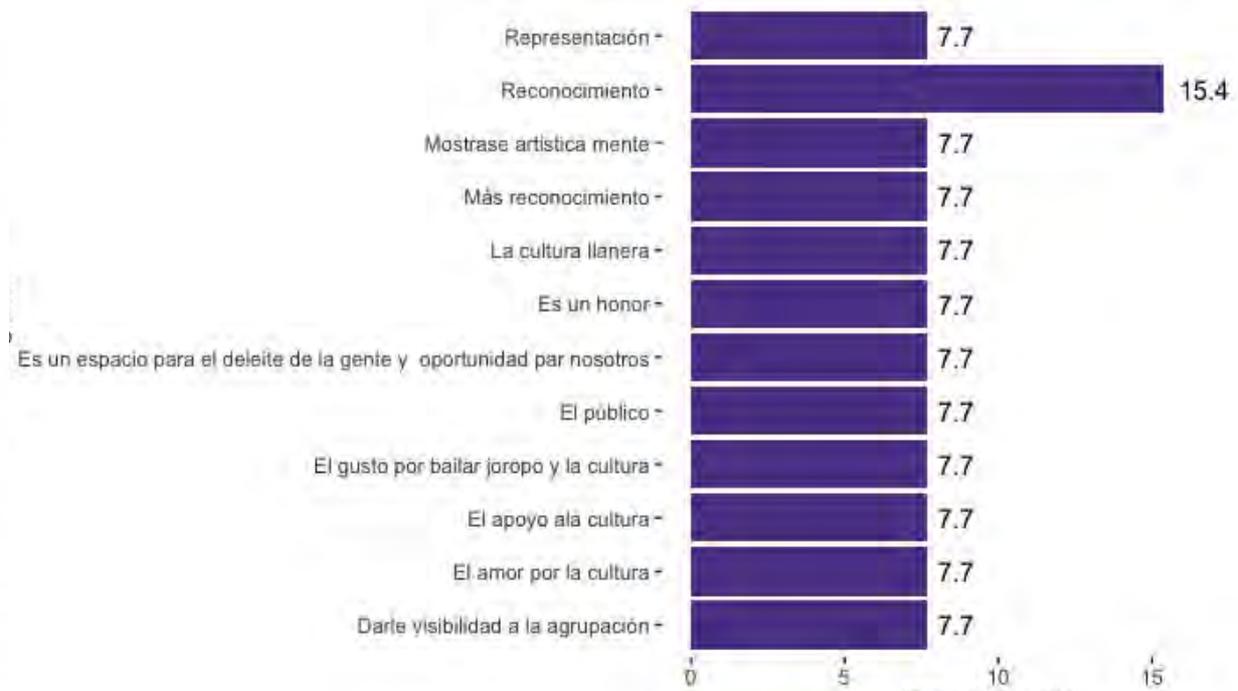
Los artistas presentan distintas motivaciones para participar en el festival, estas se pueden agrupar de la siguiente manera: primero, reconocimiento (15.4%), manifestaron que buscaban visibilidad del grupo (7.7%) y representación (7.7%); un segundo grupo, presenta más emotividad para su participación, ya que

perciben el festival como un lugar de apoyo (7.7%) y amor a la cultura llanera (7.7%).



Así mismo lo hacen por el gusto de bailar joropo (7.7%); y un tercer grupo, percibe que es un espacio que se debe al público (7.7%), es decir un lugar para el deleite de las personas asistentes (7.7%).

Gráfico: Motivación principal de los artistas (Base: 13)



Respecto a la participación en la convocatoria del evento el 76.9% consideró fácil el proceso, frente a un 23.1% que les pareció difícil.

En esa medida consideran que el tiempo de preparación, es decir el tiempo usado para ensayos, en su mayoría les pareció difícil (53.8%), para el 38.5% fue fácil y para el 7.7% muy fácil. En cuestión del cubrimiento de los costos financieros para la participación en el evento, al 53.8% le pareció fácil y al 46.2% difícil. En su mayoría están de acuerdo que la logística del grupo para participar en el evento fue fácil (84.6%), considera un 53.8% que no fue costoso participar del festival y un 46.2% que sí lo fue.

Todos los encuestados solo han participado en esta versión del festival y volverían a participar en nuevas ediciones.

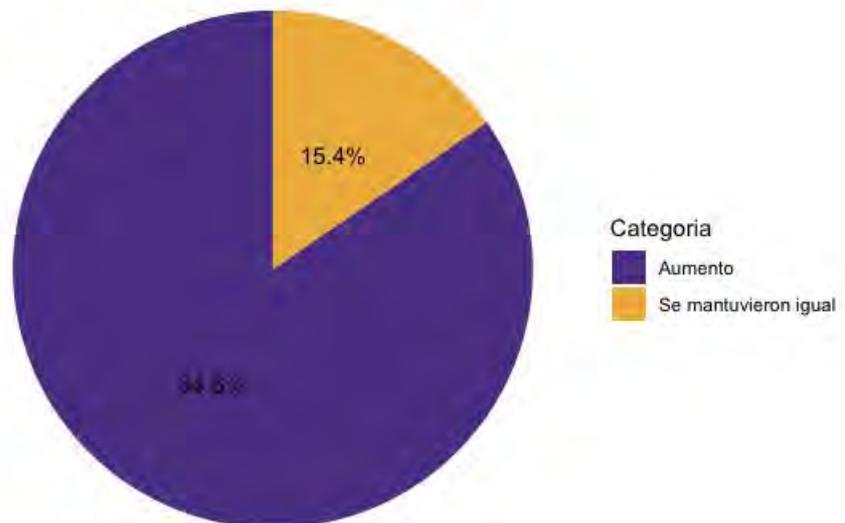


El 100% recomendaría a otros grupos participar en una próxima edición. Frente a la percepción de satisfacción de los artistas en la participación del festival fue positiva, el 69.2 % se manifestó muy satisfecho y el 30.8% satisfechos.

Una de las repercusiones de su participación fue el **aumento de seguidores en redes sociales**, el **84.6%**  aumentó sus seguidores en redes sociales

y el 15.4% dijo que se mantuvieron igual. Se evidencia que no fue tan fácil generar nuevas alianzas comerciales, redes artísticas o colaborativas, el 76.5% no lo logró, sólo el 23.1% manifiesta que se generaron nuevas alianzas.

Gráfico: Motivación principal de los artistas (Base: 13)





Frente a lo que esta versión del festival logró, es importante destacar que todos los encuestados estuvieron de acuerdo con que trajo nuevas expresiones artísticas, que logró un camino de encuentro y de diálogo alrededor del joropo. Así mismo consideraron (92.3%) que el festival logró ser un referente de la música, la danza y la cultura de los llanos colombianos y venezolanos.

En términos técnicos y logísticos los artistas hicieron las siguientes sugerencias:

- Se debería destinar un rubro más alto a las agrupaciones ganadoras.
- Debería ser más extenso el horario
- Más participación de los grupos distritales
- Más recursos para los artistas.
- Mejor sonido.
- Parqueaderos y hospedajes para los artistas.
- Que la Orinoquía tenga más participación.

Después de la participación en Joropo al Parque se generaron expectativas positivas en los artistas, como cambiar de escenario a otra localización, llegar a más público, llegar más lejos, que se abran más puertas hacia el joropo, reconocimiento, ventana a nuevas oportunidades, entre otras.

La cultura llanera fuera del festival

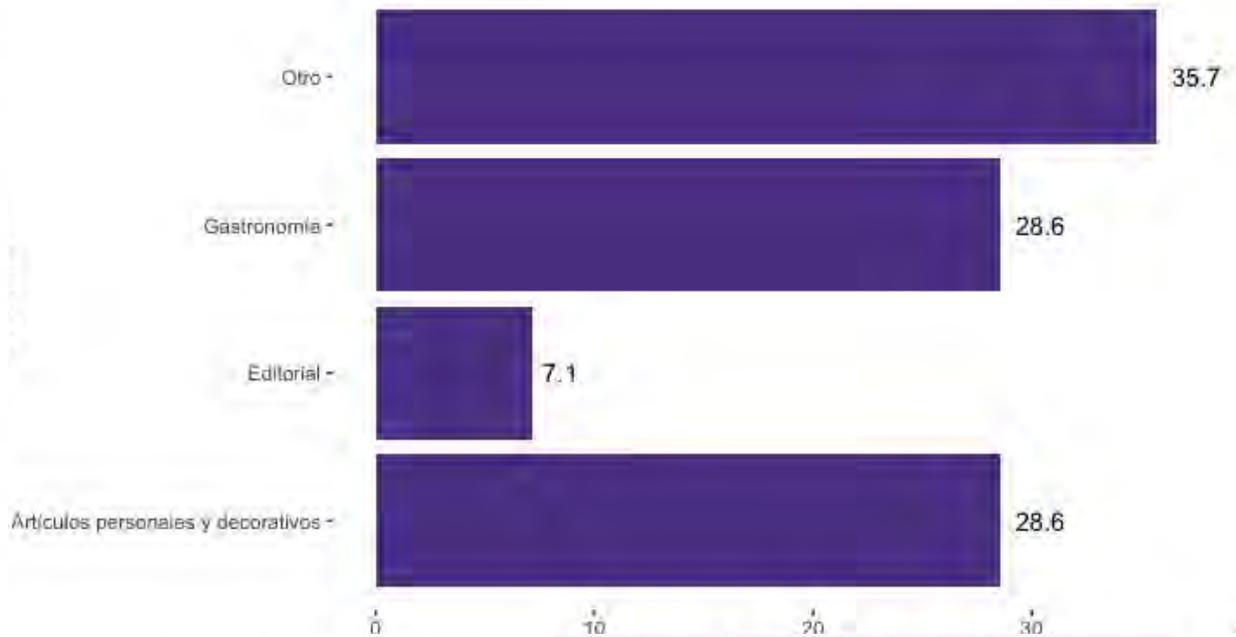
Usualmente los artistas se presentan en otros escenarios como conciertos al aire libre (53.8%), bares o restaurantes (15.4%), concursos o eventos de bailes (7.7%), teatros o auditorios (7.7%) y eventos privados o escuelas (7.7%). Del 100% de los encuestados el 53.8% mencionó que conoce escuelas o maestros de música llanera, frente al 38.5% que afirmó no conocer, quienes afirmaron conocer maestros o escuelas, mencionaron las siguientes: Academia Llano y joropo, Centro cultural llanero, Cholo Valderrama, Felipe Ramon, Inca, Libardo Rey y Llano joropo. Así mismo, el 68.1% dice que no reconoce algún lugar de circulación (festival-evento-bar-centro cultural) de música llanera en Bogotá, frente al 23.1% que sí reconoce, mencionaron los siguientes: Académica Llano y joropo, El Cimarrón del llano y Llanerada 57.



Experiencia de los emprendedores

Para la sección de emprendedores se realizaron 14 encuestas, caracterizadas 11 de ellas como microempresas (menos de 10 trabajadores) y 3 de ellas como pequeñas empresas (entre 10 y 50 trabajadores). Tres de estos emprendimientos vienen de la localidad de Suba, tres de Barrios Unidos, dos de Bosa, y los restantes se ubican en las localidades de Ciudad Bolívar, Rafael Uribe Uribe, San Cristóbal, Teusaquillo, Usaquén y Usme, con la representación de un emprendimiento por cada localidad. Sus actividades están relacionadas con artículos personales y decorativos, gastronomía, editorial, entre otros.

Gráfico: Área de los emprendimientos participantes (Base: 14)



Ocho de los 14 emprendimientos (57.1%) tienen puntos de venta virtual, cinco (35.7%) tienen puntos de venta mixto y uno (7.1%) tiene punto de venta físico. Trece emprendedores (92.9%) participan por primera vez en el festival y uno (7.1%) participa por segunda vez. Así mismo tres de ellos han participado en otros Festivales al Parque.

Por otro lado y respecto a la convocatoria, los canales que se identifican son: invitación Idartes, IPES, Hecho en Bogotá de la Secretaría Distrital de Desarrollo económico y otras convocatorias locales.

Conforme a las expectativas que tienen frente a la participación en el festival, están relacionadas con generar nuevos contactos y posibles alianzas, usar el festival como escenario para darse a conocer, generar un nuevo ingreso económico y mejorar el producto de acuerdo a la experiencia. Por otro lado, se considera que el apoyo entre los grupos artísticos y de emprendimiento es bidireccional, puesto que los productos, como las artesanías, podría acompañar las expresiones culturales que quieren conocer las personas y a su vez, la zona de emprendimiento podría movilizar la música, en este caso llanera.

Durante la participación, el 78.6% (11 emprendimientos) percibió un aumento en sus redes sociales, el 14.3% (2 emprendimientos) afirma que siguieron igual y uno (7.1%) manifiesta que disminuyeron sus seguidores. Cuatro de los 14 (28.6%) generó algún tipo de alianza con otra organización.

Respecto al Costo - Beneficio relacionado con la participación en el festival, la mayoría (78.6%) que corresponde a 11 emprendimientos afirma que Es Rentable, ya que la inversión en la participación es menor a las ganancias obtenidas, dos emprendimientos (14.3%) manifiesta que No es viable ya que no se evidencian ni ganancias, ni pérdidas, y un emprendimiento (7.1%) afirma que No es rentable, ya que los costos sobrepasan los beneficios.

Los emprendedores manifiestan que para mejorar la zona de emprendimiento es importante que se realice publicidad sobre la oferta de emprendimientos locales que se hacen en los festivales, incluyendo esto en los anuncios que se hacen en la tarima; ellos proponen a su vez, extender los horarios y disponer de baños para los emprendedores, mejorar los puntos de electricidad, y aumentar los cupos de emprendimientos para ofertar con mayor variedad.

Por otro lado, y para la mejora del festival, en general, los emprendedores sugieren compartir las piezas publicitarias para que se pueda promocionar el festival desde sus redes. Los 14 emprendimientos (100%) afirman que volverían a participar y definitivamente les recomendarían a otros emprendedores a participar. El 78.6% quedó muy satisfecho con la participación y el 21.4% satisfecho.

Todos los emprendimientos (100%) consideran que la realización del festival es importante para la ciudad ya que permite conocer más sobre otras culturas, aumenta el turismo en la ciudad, permite la convivencia de diferentes culturas y es un escenario donde se puede mostrar la música y otras expresiones artísticas del país.

Recomendaciones para el festival

Público

- Se recomienda mantener el lugar de realización del evento, pues la localización de la Plaza de Bolívar constituye un factor de atracción de nuevos asistentes al más joven de los festivales Al Parque.
- Se recomienda ampliar la divulgación de la oferta artística del Llanódromo, de modo que el público asistente tenga claridad sobre las presentaciones de baile que pueden encontrar en este espacio del festival; esto porque para muchos de los ciudadanos que acudieron al Lanódromo, éste fue interpretado como un escenario de presentaciones musicales, pero no de bailarines.

Eventos académicos

Se recomienda para una próxima edición del festival la realización de eventos académicos.

Artistas

- Se recomienda generar estrategias para potenciar alianzas comerciales, redes artísticas o colaborativas.
- Se recomienda ajustar horarios, los artistas manifiestan que les gustaría tener horarios más extensos

Artistas

- De acuerdo a las sugerencias de los artistas, se recomienda más participación de grupos distritales y de grupos propios de la orinoquía colombiana.
- Se recomienda mejorar el sonido
- Se recomienda mejorar respecto al Hospedaje y parqueadero para los artistas

Emprendedores

- Se recomienda considerar a los emprendedores como parte de la cadena para la divulgación, es decir, compartir directamente las piezas publicitarias del Festival para que desde sus redes convoquen a más personas de diferentes localidades.
- Se recomienda añadir en la divulgación, los esfuerzos que se hacen para apoyar el emprendimiento local -incluyendo el guión de la tarima del festival-.
- Se sugiere mejorar aspectos operativos como puntos de luz, horarios y baños para la zona de emprendimiento.

Anexos

1. Estudio estadístico asistentes al Festival
[Procesamiento-asistentes-Joropo-al-Parque.docx](#)
2. Estudio estadístico asistentes al Llanódromo
[Procesamiento-asistentes-Joropo-al-Parque-llanódromo.docx](#)
3. Estudio estadístico bailarines
[Procesamiento-bailarines-Joropo-al-Parque-.docx](#)
4. Estudio estadístico emprendedores
[Procesamiento-emprededores-Joropo-al-Parque-.docx](#)



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

SECRETARÍA DE
CULTURA, RECREACIÓN
Y DEPORTE

