PROYECTO COOPERACION

DIAGNÓSTICO DE LA SOSTENIBILIDAD DE LOS EVENTOS CULTURALES CON ESPECTÁCULOS EN VIVO EN EL RURAL

AXENCIA GALEGA DE DESENVOLVEMENTO RURAL

deloa · GDR Costa da Morte · UTM · Ribeira Sacra - Courel Grupo de Desenvolvemento Rural · PONTEVEDRA NORTE · gdr Salnés Ulla Umia · SIL Ribei Navea · adercou · APRODERVI

EVENTOS PARTICIPANTES

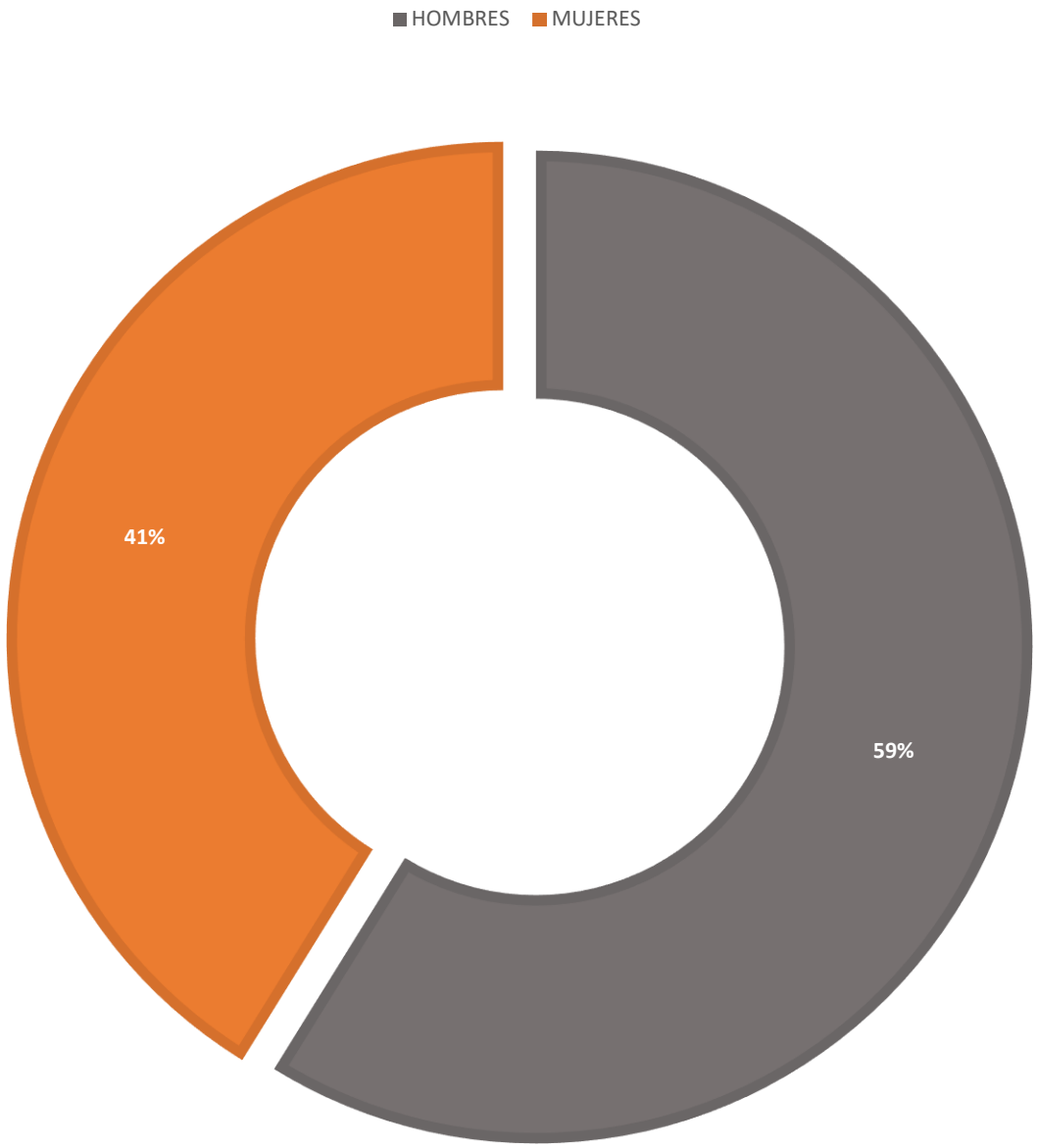
APRODERVI	Carnaval de Ánimas	Villa del Pedroso (Cáceres)
	Fiesta de la Hispanidad	Guadalupe (Cáceres)
ADERCOU	Mundilcabalo	Cartelle (Ourense)
	Fornada Tradicional Niñodaguia	Niñodaguia (Ourense)
COSTA DA MORTE	Carballeira de zas	Zas (Coruña)
	Festa da pataca	Coristanco (Coruña)
RIBEIRA SACRA - COUREL	Courel son	Aldeas de Courel (Lugo)
	Pisa de la castaña	Aldea de Froxán-Folgoso do Courel (Lugo)
PONTEVEDRA NORTE	Malla de Doade	Doade-Lalín (Pontevedra)
	Rapa das Bestas	Sabucedo-A Estrada (Pontevedra)
SILBIBEINAVEA	Vibomask Concurso de Gaitas-Festa da Bica	Viana do Bolo/Vilariño de Conxo (Ourense) Manzaneda e Pobra de Trives
SALNÉS – ULLA - UMIA	Festa das Bandas	Meaño (Pontevedra)
	Cultural nos Cons	Illa da Arousa (Pontevedra)
ULLA TAMBRE MANDEO	Xenerais do Ulla Festa do Galo Piñeiro	Touro (Coruña) O Pino (Coruña)
DELOA	Asnot Música n´Aldea-Estoribor	Padrón (Coruña) Rois (Coruña)

LOS DATOS
del Trabajo de campo

- Total eventos participantes: 18
- Total entrevistas semidirectivas: 17
- Grupales (dos o más personas): 9
- Vía zoom: 3
- Total mujeres: 14
- Total hombres: 21
- Total cuestionarios por escrito 4
- Total participantes en las entrevistas: 35

Inicio: 04/02/2022

Finalización: 26/04/2022


HOMBRES
MUJERES
41%
59%

CRITERIOS DE SELECCIÓN DE LOS EVENTOS

(por parte de las/os gerentes de los GDR participantes)

- **Relevancia/significación** percibida de los eventos en el territorio.

- **Innovación**
  - Creación de una propuesta cultural nueva en el territorio
  - Detentan nuevos valores y planteamientos
  - Elementos de innovación en procesos y estructuras.

¿QUE TEMAS SE HAN TRATADO en las entrevistas?

Temas genéricos

- Descripción y breve historia del evento.
- Características más destacadas del mismo y motivaciones para realizarlo.
- Promotores/as principales y papel que juegan en el mismo.
- Formas y canales de participación de los actores implicados en el impulso y gestión del evento.
- Principales problemas detectados a la hora de desarrollar el evento.
- Fuentes de financiación y patrocinios
- Participación vecinal y voluntariado.

Temas relacionados con sostenibilidad (económica, social, medioambiental, cultural)

- Opinión sobre la agenda 2030 y la sostenibilidad
- Existencia de planes previos de sostenibilidad. Acciones de sostenibilidad durante la celebración del evento (energía, agua, residuos, infraestructura verde, compras locales, etc.)
- Problemas percibidos en el tema de la sostenibilidad medioambiental
- Papel de las mujeres en el evento. Existencia de algún tipo de acción relacionada con la promoción de la igualdad de género.
- Acciones dirigidas a colectivos vulnerables (personas con diversidad funcional)
- Impacto del evento en el territorio (impacto social y económico, cultural, medioambiental)

7 eventos etnográficos

- ***IDEAS FUERZA.*** **COMUNIDAD, MEMORIA, IDENTIDAD, CREENCIA, PERTENENCIA, ALDEA, SABERES Y LEGADO, RELEVO GENERACIONAL**

- ***PROMOTORES.*** **VECINOS/AS; ASOCIACIONES CULTURALES/VECINALES**

Reactualizan los imaginarios de la cultura tradicional, creencias, valores y tradiciones de los antepasados. Emergen de la propia comunidad, con una fuerte referencia al territorio (aldea). Entrarían dentro del **patrimonio inmaterial** de los territorios donde se celebran. Son rescatados de la pérdida o actualizados. Los/as promotores comunitarios son los principales custodios de este patrimonio.

Carnaval de Ánimas; Xenerais do Ulla; Vibomásk; Malla de Doade; Pisa da Castaña; Fornada tradicional de Niñodaguia; Rapa das Bestas;

PELUQUERIA

6 eventos musicales

- ***IDEAS FUERZA.*** **MUSICA EN VIVO, NATURALEZA, ECOTURISMO, TURISMO CULTURAL, RECUPERACIÓN DE LUGARES CON VALOR COMUNITARIO, MEDIOAMBIENTAL (EIRAS,CARBALLEIRAS, CAMINOS, ALDEAS)**

- ***PROMOTORES.*** **ASOCIACIONES; PROMOTORES PRIVADOS**

El eje vertebrador son los espectáculos en vivo de **música**, normalmente en espacios acotados como escenarios para la ocasión, que pueden ser a pie de calle o en lugares significativos culturalmente como las *eiras* o *carballeiras*. Buscan identificación/fusión con la **naturaleza**, el **paisaje** y con **celebraciones comunitarias** (caso da Carballeira de Zas).

Courel Son; Carballeira de Zas; Festival de Bandas de Meaño; Cultura nos Cons; Música n´Aldea; Concurso de Gaitas

2 eventos de exaltación de un producto local

- *IDEAS FUERZA.* **DESARROLLO LOCAL, DINAMIZACIÓN ECONÓMICA, VISIBILIZACIÓN DEL TERRITORIO, TURISMO GASTRONÓMICO**
- *PROMOTORES.* **AYUNTAMIENTOS**

Meta estratégica de dinamización local a través de la **puesta en valor** de un producto local, normalmente impulsado desde el ámbito institucional. El producto es un canal para **visibilizar el territorio**, crear adhesión y colaboración en la comunidad en torno al mismo, así como ser un motor productivo. Se busca institucionalmente que el producto sea un **símbolo de identidad local**, vinculado al territorio y su historia.

Festa da pataca; Festa do Galo Piñeiro

1 evento de cultura emergente

- ***IDEAS FUERZA.*** **DIVERTIMENTO, HUMOR, SENSIBILIZACIÓN EN VALORES AMBIENTALES Y ANIMALISTAS, EDUCACIÓN CÍVICA, GÉNERO**

- ***PROMOTORES.*** **PROMOTOR PRIVADO**

Reactualización de la idea de ruralidad con la creación de nuevos imaginarios. Adscripción y promoción de valores cívicos como el ecologismo, sensibilidad hacia el bienestar y derecho animal o el feminismo.

Asnot

21

LA HORA
DEL CHOCOLATE
EN ASNOT

1 evento de carácter religioso/identitario

- ***IDEAS FUERZA.*** **IDENTIDAD, UNIVERSALISMO IDEA DE LA HISPANIDAD, VIRGEN DE GUADALUPE, DEVOCIÓN, HISTORIA, PATRIMONIO, TRADICIÓN, CABALLEROS, PEREGRINAJE**
- ***PROMOTORES.*** **ASOCIACIÓN CABALLEROS DE GUADALUPE**

Carácter regional de la Fiesta, junto con el día de Extremadura. Se vive como liturgia y celebración de **hitos históricos y religiosos**. El eje central es la **Virgen de Guadalupe, símbolo de hermanamiento** entre pueblos, regiones y países que comparten el **paraguas identitario de la hispanidad**. Reactualiza la adhesión a valores y figuras de autoridad hegemónicas en el pasado y que forman parte de nuestra **tradición cultural y política** (monarquía e iglesia).

Fiesta de la Hispanidad

ADMINISTRACION
LOTERIA NACIONAL

Mesón
tremeño
TAPAS VARIADAS

1 evento deportivo

- ***IDEAS FUERZA.*** **EXALTACIÓN MUNDO EQUINO. DEPORTE. ESPECTÁCULO**
- ***PROMOTORES.*** **ASOCIACIÓN DE CABALLISTAS O MUNDIR, INORDE Y DIPUTACIÓN**

Buscan crear un **ambiente festivo,** compartiendo momentos de **competición, exhibición y alabanza** alrededor del deporte y espectáculo vinculados al **mundo equino/ecuestre**.

Mundilcabalo

12

TRAZOS PRINCIPALES

de los discursos de los/as promotores/as comunitarios

- Supervivencia y sentimiento. Es lo que moviliza a los/as promotores/as comunitarios
- Lógica económica: viabilidad, no beneficio
- Cultura como valor en sí mismo. También activo para el desarrollo. Puesta en valor y visibilidad
- Dependencia de la financiación pública. Pero, depende de la "habilidad" para cooperación público-privada.
- Creciente complejidad en la gestión de eventos, frente a la obsolescencia en competencias/conocimientos para la misma

Sobre sostenibilidad

“sostenibilidad es que el rural siga vivo”

La sostenibilidad se entiende como **desarrollo rural** que respete las características del territorio y suponga un **equilibrio entre lo económico, lo social, lo cultural y lo mediambiental.**

. Identificación de sostenibilidad con medioambiente

. Sensibilidad, creciente concienciación

. Desconocimiento total sobre los ODS. La Agenda 2030 vista como artefacto político (imposición)

. Falta de competencias para una planificación sostenible.

. Autoimagen como eventos sostenibles.

Planteamiento general de los eventos
(modelo ideal deseado)

- Carácter comunitario (Familiar)
- Formatos pequeños, audiencias no masivas
- Formato expandido: en días y/o espacios
- Vinculados a espacios y valores/tradiciones del territorio
- Profesionalización por tareas o segmentos pero no el total de su puesta en marcha

CONTEXTO: en el rural "vaciado" no hay gente, no hay recursos económicos suficientes, no hay competencias profesionales

LO COMUNITARIO

Implicación sentimental. Mundo tradicional. Lógica del intercambio social. Hospitalidad como capital para los interambios.

VS.

LO PROFESIONAL

Implicación + racional. Lógica intercambio basada en: servicios-remuneración (mercantil)

. Pertenencia
. Relevo y legado
. Identidad
. Vínculos
. Cohesión
. Creencias, valores

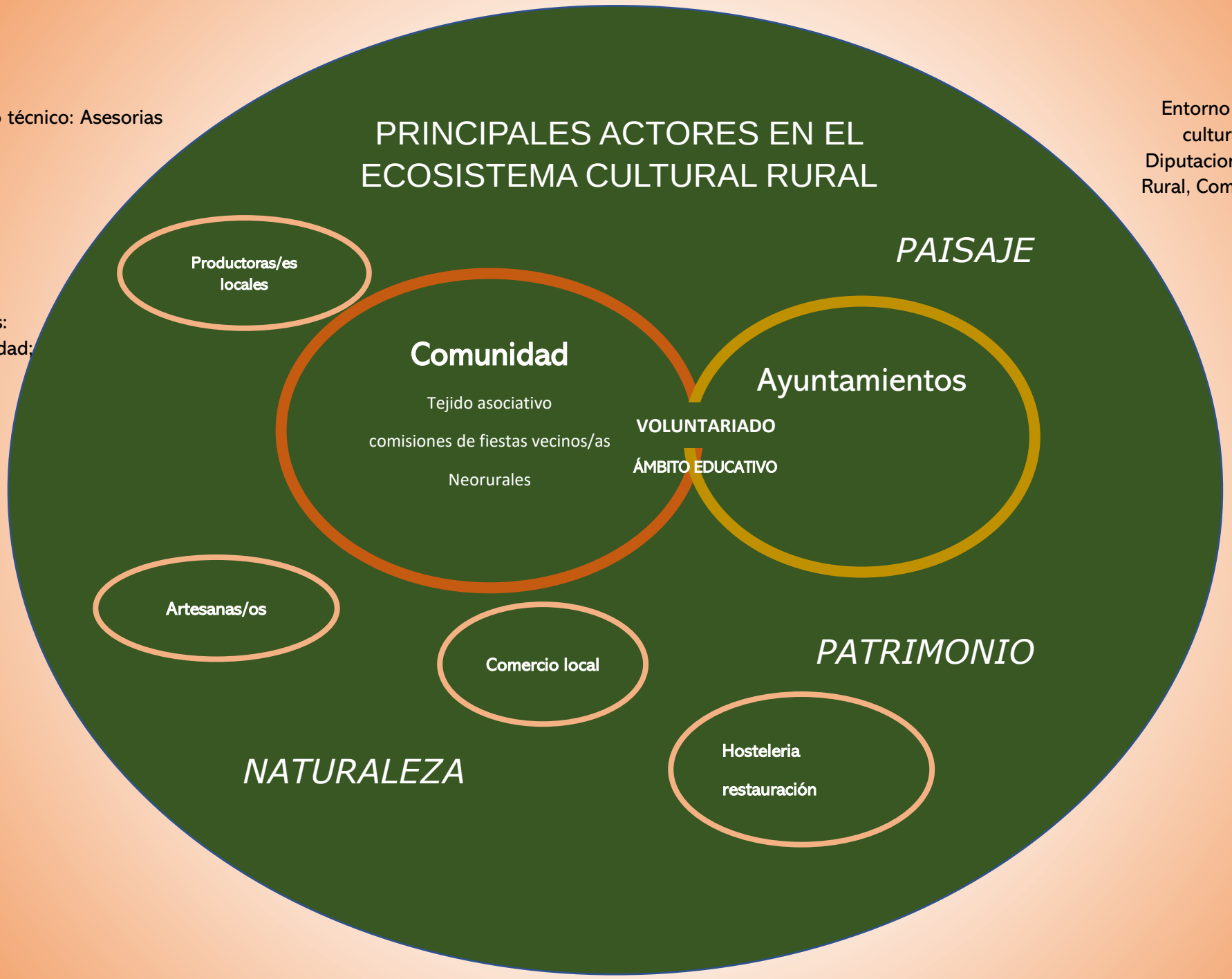
. Eficiencia
. Formación
. Innovación
. Calidad
. Orientación a públicos externos

Solución: hibridación PUBLICO-PRIVADO-COMUNITARIO

Apoyo técnico: Asesorias

Entorno institucional (programas culturales y líneas de apoyo Diputaciones, Grupos de Desarrollo Rural, Comunidades Autónomas, etc.)

Servicios externalizados: técnicas/os sonido; seguridad; otros



Patrocinadores privados