



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA  
SECCIÓN DE POSGRADO**

**EL TURISMO COMO HERRAMIENTA DE PROMOCIÓN  
CULTURAL: EL HUAYLARSH MODERNO Y SU PROMOCIÓN A  
TRAVÉS DE EVENTOS TURÍSTICOS**

**PRESENTADA POR  
CARMEN VANESSA MARTINEZ MORENO**

**ASESORA  
ANGELICA MARIA ARRIOLA MIRANDA**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN  
MARKETING TURÍSTICO Y HOTELERO**

**LIMA – PERÚ**

**2020**



**Reconocimiento - No comercial - Compartir igual  
CC BY-NC-SA**

El autor permite entremezclar, ajustar y construir a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTIN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y  
PSICOLOGÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA  
SECCIÓN DE POSTGRADO**

**EL TURISMO COMO HERRAMIENTA DE PROMOCIÓN CULTURAL: EL  
HUAYLARSH MODERNO Y SU PROMOCIÓN A TRAVÉS DE EVENTOS  
TURÍSTICOS**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN  
MARKETING TURÍSTICO Y HOTELERO**

**PRESENTADA POR:**

**LIC. CARMEN VANESSA MARTINEZ MORENO**

**ASESORA:**

**DRA. ANGELICA MARIA ARRIOLA MIRANDA**

**LIMA – PERÚ**

**2020**

## DEDICATORIA

La presente tesis se la dedico a mi familia amada, especialmente a mis padres que han sido columnas fuertes en mi desarrollo personal y profesional.

¡Los amo!

## AGRADECIMIENTO

Agradezco al Creador, al Universo.

Agradezco a mis guías espirituales.

Agradezco a Soledad, mi amada madre, mi reina. Gracias por traerme al mundo a pesar de las circunstancias, gracias por tu amor eterno y apoyo incondicional, gracias por creer en mí.

Agradezco a Manuel, mi amado padre. Gracias por ser un maestro en mi vida y enseñarme el significado de identidad y valor.

Agradezco a mi amada princesa, Massiel por su paciencia.

Agradezco a mis maestros, especialmente a la mejor de mi guía la Dra.

Angélica María Arriola Miranda

## ÍNDICE

Caratula.....	1
Dedicatoria .....	2
Agradecimiento .....	3
Indice.....	4
Resumen .....	10
<b>INTRODUCCIÓN</b>	
Formulación del problema.....	16
Problema general.....	17
Problemas específicos .....	17
Objetivo general .....	18
Objetivos específicos .....	18
Justificación de la investigación .....	19
Justificación práctica .....	19
Justificación Teórica .....	20
Justificación metodológica .....	21
Viabilidad de la investigación .....	21
<b>CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>23</b>
1.1 Antecedentes de la investigación.....	23
1.2 Bases teóricas.....	24
1.2.1 Cultura .....	24
1.2.2 Patrimonio.....	27
A. Patrimonio Cultural Inmaterial .....	29
1.2.3 Las danzas como ámbito de expresión del patrimonio inmaterial. 31	
A. Las danzas tradicionales en el mundo andino.....	32
B. Sobre la danza del Huaylarsh Moderno .....	35
1.2.4 El turismo y el patrimonio cultural inmaterial.....	37
A. Impactos potenciales del turismo sobre el patrimonio cultural inmaterial .....	38
1.2.5 Promoción Cultural.....	40
1.3 Definición de términos básicos.....	45

Patrimonio cultural inmaterial.....	45
Promoción cultural .....	46
Danza .....	46
Huaylarsh.....	47
Turismo.....	47
Impactos del turismo.....	47
<b>CAPÍTULO II DISEÑO METODOLOGICO.....</b>	<b>49</b>
2.1 Diseño metodológico.....	49
2.2 Procedimiento de muestreo.....	50
2.3 Técnicas de recolección de datos .....	54
2.3.1 Observación participante .....	54
2.3.2 Análisis documental .....	55
<b>CAPÍTULO III RESULTADOS .....</b>	<b>58</b>
3.1 Observación Participante .....	58
3.2 Análisis documental .....	65
<b>CAPÍTULO IV PROPUESTA .....</b>	<b>77</b>
4.1 Propuesta de la Mezcla de Comunicaciones de Marketing para la promoción del Huaylarsh Moderno a través del Turismo .....	77
<b>CAPÍTULO V DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES... 86</b>	<b>86</b>
5.1 Discusión.....	86
5.2 Conclusiones.....	87
5.3 Recomendaciones.....	89
LISTA DE REFERENCIAS.....	90
ANEXO N° 1.....	94
ANEXO N° 2.....	95
ANEXO N° 3.....	100
ANEXO N° 4.....	106
ANEXO N° 5.....	109

## ÍNDICE DE TABLAS

	Página
TABLA N°1: Cuadro comparativo entre Áreas de Trabajo de la Promoción Cultural según Marín y la Mezcla de Comunicación de Marketing de Kotler y Keller.	43
TABLA N°2: Compañías de Huaylarsh que voluntariamente quisieron ser observadas.	53
TABLA N°3: Conformación de la Muestra.	54
TABLA N°4: Parámetros para medir niveles de confiabilidad de instrumentos.	56
TABLA N°5: Vestuario.	59
TABLA N°6: Expresión del Mensaje	60
TABLA N°7: Coreografía	62
TABLA N°8: Armonía Rítmica	64
TABLA N°9: Modelo del Diseño de la Mezcla de Promoción	84
TABLA N°10: Ejemplo del Diseño de la Mezcla de Promoción	84



## ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA N°1: Boleto de Entrada al Concurso Nacional de Huaylarsh Frama 2018.	51
FIGURA N°2: Afiche Oficial del Concurso Nacional de Huaylarsh Frama 2018.	52
FIGURA N°3: Parámetros de Análisis	66
FIGURA N°4: Captura de pantalla del Centro Cultural Linaje Peruano.	67
FIGURA N°5: Captura de pantalla del Blog Full Ritmo	67
FIGURA N°6: Captura de pantalla del Blog Huaylarsh	68
FIGURA N°7: Captura de pantalla de la página de Facebook Viques Cuna del Huaylarsh.	69
FIGURA N°8: Captura de pantalla de la página de Facebook Huaylarsh para el mundo.	70
FIGURA N°9: Captura de pantalla de la página de Facebook Centro Social Defensor Gloria.	70
FIGURA N°10: Captura de pantalla de la cuenta personal de Facebook Huaylarsh Huancayo.	71
FIGURA N°11: Captura de pantalla de la página web Centro Cultural Linaje Peruano.	72
FIGURA N°12: Captura de pantalla del Blog Huaylarsh.	73
FIGURA N°13: Captura de pantalla del Centro Cultural Linaje Peruano.	73
FIGURA N°14: Captura de pantalla del Blog Full Ritmo difundiendo el concurso de Huaylarsh Frama 2018.	74
FIGURA N°15: Captura de pantalla de la página web de la Asociación Cultural Brisas del Titicaca	95
FIGURA N°16: Captura de pantalla de la página web de la peña La Candelaria.	95

FIGURA N°17: Captura de pantalla de la página web del Centro Cultural de San Marcos	96
FIGURA N°18: Captura de pantalla de la página web del Centro Cultural de San Marcos.	96
FIGURA N°19: Captura de pantalla de la página web de Wanka.	97
FIGURA N°20: Captura de pantalla de la página web INFOARTES.	97
FIGURA N°21: Captura de pantalla del Blog de la PUCP.	98
FIGURA N°22: Captura de pantalla del Blog de Ruperto Macha Velasco. Perú: literatura y arte.	98
FIGURA N°23: Captura de pantalla del Blog de LIMATOURS.	99
FIGURA N°24: Captura de pantalla del Blog de alesagitario1995. Danzas Perú.	99
FIGURA N°25: Captura de pantalla del Fanpage de Frama Producciones.	100
FIGURA N°26: Captura de pantalla de la página de Financista de Viques.	100
FIGURA N°27: Captura de pantalla del Fanpage de la Compañía Folklórica 2 de Enero de Santiago León de Chongos Bajo.	101
FIGURA N°28: Captura de pantalla de la página del Conjunto de Huaylarsh Moderno Alianza Breña.	101
FIGURA N°29: Captura de pantalla del Fanpage de Real Sociedad Viques.	102
FIGURA N°30: Captura de pantalla de la página de la A C Barrio Andino de Huacrapuquio.	102
FIGURA N°31: Captura de pantalla de la página Institución Cultural Alianza Huamanmarca.	103
FIGURA N°32: Captura de pantalla de Fanpage CIA Sentimiento Wanka	103
FIGURA N°33: Captura de pantalla de la página Los Ángeles Virgen de Lourdes del Cerrito de La Libertad	104

FIGURA N°34: Captura de pantalla de la página S.F. Cruz de Mayo Saños Chico	104
FIGURA N°35: Captura de pantalla del Fanpage Perú Tradición y Costumbres.	105
FIGURA N°36: Captura de pantalla de la página personal de Jaime Sedano Camayo.	106
FIGURA N°37: Captura de pantalla de la página personal de Wanca Walaśh Richard Gonzalo Limaymanta.	106
FIGURA N°38: Captura de pantalla de la página personal de Oscar Rojas de la Torre	107
FIGURA N°39: Captura de pantalla de la página personal de Kiko Astete López.	107
FIGURA N°40: Captura de pantalla de la página personal de Lucio Donato Hidalgo Fabián.	108
FIGURA N°41: Material publicitario FRAMA PRODUCCIONES	109
FIGURA N°42: Material publicitario FRAMA PRODUCCIONES	109

## RESUMEN

El objetivo de la presente tesis es determinar de qué manera el turismo se constituye en una herramienta válida de promoción cultural para el Huaylarsh Moderno en el año 2018.

El estudio se desarrolló empleando la metodología cualitativa, utilizando el diseño etnográfico y la investigación acción; las técnicas utilizadas fueron la observación participante y el análisis documental y como instrumento la ficha de registro. El modelo de muestreo por conveniencia de tipo errático circunstancial y los criterios de selección la muestra por voluntarios.

Resultados: se determina que el turismo sí puede ser una herramienta válida de promoción cultural de la danza del Huaylarsh. Por otro lado, se identifica las características del Huaylarsh Moderno y sus orígenes, generalmente asignados a la región Junín.

En general, las características del Huaylarsh son: el zapateo característico; la imitación de los movimientos que se realizan en el campo durante la siembra de papa; la ejecución con fuerza, habilidad y destreza de los movimientos dancísticos; la competencia sana entre los varones; el vigoroso contrapunto; el cortejo a la pareja con galanteos que imitan al chihuaco (zorzal) en un ambiente de campo.

Además, se denota en la mayoría de los grupos apego, respeto por la tradición y los códigos en la práctica del Huaylarsh Moderno.

En los medios *on line* se denota que la promoción es bastante limitada y aún se demanda la promoción de prensa tradicional.

Palabras clave: Patrimonio cultural inmaterial, promoción cultural, danza, Huaylarsh, turismo.

## ABSTRACT

The objective of the present thesis is to determine how tourism constitutes a valid tool of cultural promotion for the Modern Huaylarsh in the year 2018.

The study was developed according to the qualitative methodology, using the ethnographic design, raising the method of the investigation action; the used techniques were the participant observation and the documentary analysis and like instrument the registry card. The sampling model was used for convenience of a circumstantial erratic type and the criteria for selection of the sample by volunteers.

Results: it was determined that tourism can be a valid tool for the cultural promotion of the Huaylarsh dance. On the other hand, it was possible to identify the characteristics of the Modern Huaylarsh and its origins, generally assigned to the Junín region.

In general, the characteristics of the Huaylarsh are: the characteristic zapateo; the imitation of the movements that are made in the field during the sowing of potato; the execution with force, ability and dexterity of the dancing movements; the healthy competition between the males; the vigorous counterpoint; the courtship to the couple with gallants that imitate the chihuaco (thrush) in a field atmosphere.

In addition, attachment and respect for tradition and codes was observed in most groups in the practice of Modern Huaylarsh.

In the online media it was observed that promotion is quite limited and still relies on the promotion of traditional press.

Keywords: Intangible cultural heritage, cultural promotion, dance, Huaylarsh, tourism.

## INTRODUCCIÓN

### **Descripción de la situación problemática**

La presente investigación busca determinar de qué manera el turismo se constituye en una herramienta adecuada de promoción cultural para el Huaylarsh Moderno. Se manifiesta que a través de la actividad turística se promueve la cultura, siendo el turismo que se logra potenciar o visibilizar elementos culturales.

Se encuentra gran cantidad de información general sobre las danzas, pero no mucha bibliografía sobre el Huaylarsh Moderno. Los orígenes de esta danza, se asignan a la región Junín. En general, las características del Huaylarsh son: el zapateo característico; la imitación de los movimientos que se realizan en el campo durante la siembra de papa; la ejecución con fuerza, habilidad y destreza de los movimientos dancísticos; la competencia sana entre los varones; el vigoroso contrapunto; el cortejo a la pareja con galanteos que imitan al chihuaco (zorzal) en un ambiente de campo.

Asimismo, se verifica que el turismo es una herramienta valiosa, y que su aplicación no generaría impactos o distorsiones de la danza como patrimonio cultural inmaterial. Sin embargo, se recomienda cuidar su tradición y promoverla de manera responsable.

En el marco del análisis documental se procedió a buscar información de páginas web y redes sociales a propósito de Facebook tanto personales, de organizaciones, institucionales y de asociaciones. Entre los parámetros de



análisis, se consideraron los aspectos generales de la página como colores, distribución del texto e imágenes; sobre el Huaylarsh se observaron aspectos históricos y eventos; acerca de la imagen de Huaylarsh se estudiaron aspectos sobre la identidad y valores de la danza.

En la propuesta de la mezcla de comunicaciones de marketing para la promoción del Huaylarsh Moderno a través del turismo se propone la creación de un Museo Etnográfico de Huaylarsh y un Repositorio. Crear una plataforma de coordinación integrada. La estrategia principal de la Mezcla de Comunicaciones de Marketing, gira en torno al aprovechamiento de eventos turísticos, como herramienta de promoción del Huaylarsh Moderno ante segmentos turísticos (receptivo y doméstico). Para ello, se recomienda utilizar las herramientas promocionales de Eventos y Experiencias; Marketing Directo e Interactivo para las diferentes actividades promocionales según el público meta y los objetivos de promoción cultural para el diseño de la mezcla de la promoción.

Como discusión, se afirma que se ha comprobado la hipótesis de que el turismo sí puede ser una adecuada herramienta de promoción cultural de la danza del Huaylarsh en función a los hallazgos, la mayoría de los grupos muestran apego y respeto por la tradición y los códigos en la práctica del Huaylarsh Moderno evidenciándose a través de la vestimenta, coreografía, la performance de las comparsas, entre otras.

En el caso, del análisis documental de páginas web y redes sociales se evidenció que la promoción *on line* es bastante limitada y aún se recurre a la promoción de prensa tradicional.

### **Formulación del problema**

El turismo como herramienta de promoción cultural: el Huaylarsh Moderno y su promoción a través de eventos turísticos.

Según la Organización Mundial del Turismo, el sector turístico es una actividad económica con un ritmo vertiginoso de crecimiento, y con un gran potencial de contribuir al desarrollo socioeconómico y cultural de los destinos turísticos (OMT, 2018).

De acuerdo al Perfil del Turista Extranjero, el 97% de los turistas extranjeros que arriban al Perú realizan Turismo Cultural, esto significa que dedican un porcentaje importante de su tiempo a la apreciación y al disfrute de diversas actividades culturales. El 13% de los mismos asisten a espectáculos específicamente culturales (PROMPERU, 2017).

Un aspecto interesante es que, según el mismo reporte, el turista extranjero que arriba a Perú percibe una insuficiencia de actividades de entretenimiento de orden cultural, que se traduce en una insatisfacción de sus expectativas. Entonces, existe una necesidad de alimentar y nutrir la oferta turística dirigida al segmento receptivo, y esto justifica la investigación y la exploración de herramientas de promoción de una danza como el Huaylarsh Moderno. Es una paradoja que, con un repertorio dancístico tan profuso, el turista extranjero que

llega al Perú no vea satisfecha esta necesidad de contacto, apreciación y disfrute de este tipo de manifestaciones culturales.

Por otro lado, se advierte que los patrones y ritmos originales de la danza del Huaylarsh se están perdiendo. Conscientes de la discusión inacabada sobre la pertinencia y correspondencia de la conservación de las expresiones del patrimonio cultural inmaterial, esta tesis se enmarca y adopta la línea teórica que justifica la conveniencia de la conservación y preservación de las manifestaciones del patrimonio cultural. Entonces, se justifica la necesidad de investigar cómo preservar una danza como el Huaylarsh Moderno. En ese sentido, se investigará si el turismo se constituye en una herramienta apropiada para su promoción y en ese sentido, su visibilización y preservación.

### **Problema general**

En atención a la situación descrita, la presente investigación busca determinar de qué manera es posible difundir el Huaylarsh Moderno para promoverlo y procurar su salvaguarda por medio de la actividad turística. Es decir, si el turismo es una herramienta válida de promoción cultural.

En ese sentido, se buscará responder a la siguiente pregunta:

¿De qué manera el turismo se constituye en una herramienta válida de promoción cultural para el Huaylarsh Moderno?

### **Problemas específicos**

Se establece las siguientes preguntas:

1. ¿El turismo es una herramienta adecuada de promoción cultural?
2. ¿Cuáles son las características del Huaylarsh Moderno?
3. ¿Podría el turismo ser una herramienta adecuada de promoción cultural del Huaylarsh Moderno?

## **Objetivos de la investigación**

### **Objetivo general**

Determinar de qué manera el turismo se constituye en una herramienta adecuada de promoción cultural para el Huaylarsh Moderno.

### **Objetivos específicos**

1. Verificar si el turismo es una herramienta adecuada de promoción cultural.
2. Identificar cuáles son las principales características del Huaylarsh Moderno.
3. Verificar si el turismo podría ser una herramienta adecuada de promoción cultural del Huaylarsh Moderno.

En atención a la situación descrita, la presente investigación busca determinar de qué manera el turismo ha contribuido con la difusión y promoción del Huaylarsh, y cuáles han sido los mecanismos para lograrlo; y, si se ha hecho de manera tal que no se generen impactos negativos. Es decir, se busca conocer si el turismo constituye en una herramienta adecuada para la promoción de patrimonio cultural inmaterial, en específico de manifestaciones culturales como las danzas.

## **Justificación de la investigación**

Resulta necesario justificar la importancia del trabajo de investigación y la necesidad de su estudio (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

### *Justificación práctica*

Se expone que el patrimonio cultural no se limita a monumentos y colecciones de objetos, sino que comprende también tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo; así como saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional (UNESCO, Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial, 2003).

Muchas de estas prácticas culturales se constituyen en herramientas para la creación y fortalecimiento de identidades. (Sigl, 2011) en su artículo "*Identidades de diáspora a través de la danza folclórica*", concluye que la danza folclórica (boliviana) es un instrumento potente para crear, reafirmar y desafiar identidades y alteridades, y construye imágenes acerca de lo propio y lo ajeno.

En esa misma línea de pensamiento, y en base a lo observado en campo, se afirma que el Huaylarsh es también una gran estrategia para fortalecer la identidad de los jóvenes danzantes.

En general, la práctica del arte trae una serie de beneficios físicos, psicológicos, sociales y emocionales para los jóvenes.

En base a lo expuesto, se considera que la presente investigación presenta relevancia social al identificar las características de la promoción del Huaylarsh Moderno a través del turismo, y en función de los hallazgos, diseñar estrategias para minimizar los impactos de la exposición artística en general, y particularmente la turística, sobre esta danza tradicional patrimonio cultural inmaterial peruano, permitiendo así, que siga fungiendo como herramienta de fortalecimiento de identidades.

La presente investigación también podría contribuir a identificar mecanismos a través de los cuales la audiencia juvenil se acerque a la práctica de la danza de Huaylarsh Moderno, considerando los beneficios de las prácticas artísticas en general.

#### *Justificación Teórica*

La Guía sobre el Patrimonio Cultural Inmaterial (Cusco, 2016) publicada por la Dirección Desconcentrada de Cultura de Cusco, indica que el patrimonio cultural inmaterial, es una vía hacia el desarrollo sostenible, pues motiva la realización de actividades que fomentan el bienestar social (como la danza precisamente, que genera entre los danzantes valores y cargas afectivas de identificación con su territorio y su colectividad), es respetuoso con el medio ambiente y, aprovechado de manera responsable, constituye un capital histórico y cultural con gran potencial económico precisamente a través del turismo.

Por lo tanto, el propósito de esta investigación es visibilizar la importancia del Huaylarsh Moderno, no solo para fines de preservación sino como herramienta

relevante para generar sentido de pertenencia y fortalecimiento de la identidad en los colectivos de danzantes, bienestar social y toma de conciencia sobre el cuidado del medioambiente, y cómo encaja su promoción a través del turismo.

#### Justificación metodológica

El trabajo de investigación permite la elaboración de instrumentos para identificar los cambios en la danza tradicional del Huaylarsh a partir de su exposición turística, que puede sistematizarse y replicarse en la evaluación, análisis y comprensión de otras danzas e inclusive de otras expresiones del patrimonio cultural inmaterial.

#### **Viabilidad de la investigación**

El proyecto de investigación resulta viable ya que los recursos necesarios son asumidos por la ponente a fin de obtener los objetivos sugeridos. No se presentó mayores limitaciones para el trabajo de investigación.

La tesis ha sido estructurada de acuerdo al manual para la elaboración de las tesis y los trabajos de investigación de la universidad San Martín de Porres (USMP, 2016), en consecuencia, responde al siguiente orden:

- Introducción al tema de investigación: se presenta el problema de investigación y los objetivos de la tesis. Se justifica la importancia de la misma desde el punto de vista práctico, teórico, metodológico y la viabilidad del estudio.

- Capítulo I: comprende el marco teórico y las bases teóricas del estudio, tanto en el campo del patrimonio cultural inmaterial, las danzas tradicionales, como en el campo turístico.
- Capítulo II: expone la metodología de la investigación y el diseño metodológico. Las técnicas utilizadas fueron la observación participante y el análisis documental, tomando como muestra el Concurso Nacional de Huaylarsh Frama.
- Capítulo III: en esta fase se presentan los principales resultados de la investigación.
- Capítulo IV: se presenta la propuesta de la mezcla de comunicaciones de marketing para la promoción del Huaylarsh Moderno a través del turismo.
- Capítulo V: se expone la discusión en relación al objetivo general, así como las conclusiones, presentando una síntesis de los principales hallazgos del estudio, y las recomendaciones, donde se busca proporcionar sugerencias orientadas a la promoción de la danza del Huaylarsh Moderno a través del turismo, y en general de expresiones del patrimonio cultural inmaterial.



# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

### 1.1 Antecedentes de la investigación

En cuanto a los antecedentes de esta investigación sobre el uso de la actividad turística como herramienta de promoción de manifestaciones culturales, en este caso específicamente las danzas, se han encontrado algunas limitaciones.

En primer lugar, corresponde plantearse la interrogante de si a través de una actividad (la turística) puede promoverse otra actividad (la cultura). La pregunta cabe en tanto la actividad turística despliega grandes esfuerzos para perfeccionar sus propias estrategias de promoción, y cada vez más se profundiza en su estudio y en el desarrollo de técnicas. Esta primera reflexión lleva a responder afirmativamente, en tanto se da a conocer diversos casos de estudio en donde, a través del turismo, se afirman, potencian o visibilizan elementos culturales (Sancho, 2006; Santana Talavera, 1997).

Se considera uno de los principales impactos o efectos positivos del turismo. Se ha encontrado abundante material sobre las danzas en general, principalmente desde el campo de las ciencias sociales.

Entre los estudios que más han llamado nuestra atención, figura el artículo de (Palominos Mandiola, 2014), trata sobre el desarrollo de procesos de mestizaje cultural a partir de las expresiones musicales andinas del período colonial, con

el propósito de cuestionar la dicotomía “tradicional” que opone escritura y oralidad como las formas características de representación de la realidad propias de europeos y nativos.

Según el artículo “el discurso sobre las danzas folclóricas bolivianas y las implicancias no solo para los migrantes bolivianos y sus descendientes sino también para bailarines no bolivianos, y se enfoca especialmente en cuestiones de identidad y etnicidad” (Sigl, 2011, p.193).

Finalmente, en la publicación sobre los resultados obtenidos con los bailarines entrevistados como parte del proyecto “Prácticas corporales y construcción del sujeto”, se obtiene la relación entre las prácticas corporales, la percepción del cuerpo, el cuidado de sí y el sentido de sí mismo que construyen personas vinculadas a diferentes prácticas corporales (Sastre Cifuentes, 2007).

Sobre el Huaylarsh, los autores más relevantes y que aparecieron con mayor recurrencia durante la búsqueda fueron León-Chinchilla en diferentes notas de divulgación y Kapsoli Escudero (1988) en su obra Historia y Cultura Andina publicada por la Escuela nacional de Folclore José María Arguedas. Después de estos autores queda recurrir a tradicionalistas para acercarnos a la danza del Huaylarsh, José María Arguedas, Cerrón –Palomino, entre otros autores.

## **1.2 Bases teóricas**

### **1.2.1 Cultura**

Se debe establecer de manera básica (debido a que no se trata de una tesis de ciencias sociales), los alcances del concepto cultura, siendo una de las nociones más intrincadas y complejas que las humanidades y ciencias sociales han podido instaurar. Es un constructo social a partir de la observación de los patrones de comportamiento de un colectivo definido en el espacio – tiempo.

La cultura hace referencia a un constructo científico, sociocultural, identificable a partir de la observación de los patrones de comportamiento de un colectivo definido en el espacio – tiempo, y de rasgos culturales recurrentes.

En el libro enciclopédico “Historia de la Cultura” del maestro Rebaza Acosta, encontramos una explicación sobresaliente de cultura. En el primer capítulo, dedicado a explicar las bases conceptuales de su obra, cita a Spengler: “Alma es lo que está realizándose; mundo es lo que está realizado; vida es la realización. Si al alma se le llama posibilidad y al mundo, en cambio realidad, aparece la vida como la forma en que la posibilidad se realiza” (p.27)

Apoyado en esta reflexión, Rebaza Acosta (1958) define la cultura de la siguiente manera: “Distingo por una parte la idea de una cultura, esto es, el conjunto de sus anteriores posibilidades, y por otra la manifestación sensible de esa cultura en el cuadro de la Historia, eso es, su realización completa” (p. 26).

Así, infiere que la cultura es un profenómeno de toda la Historia Universal. Una cultura nace cuando el “alma” de un pueblo deja su estado primario y empieza a evolucionar (Rebaza Acosta, 1958).

Se expresa tenuemente las nociones de la cultura en función de quien instrumentaliza el concepto. Lumbreras (1981), adjudica la autoría del concepto de cultura a la antropología, para poder entender la realidad de los pueblos coloniales. De esta manera cultura en el mundo occidental era sinónimo de conocimientos, buena educación, refinamiento cortesano, etc. Mientras que la cultura de los pueblos primitivos era toda conducta, toda costumbre, todo lo aprendido socialmente.

Desde una perspectiva marxista de la historia, Lumbreras afirma que la cultura es un concepto que surge como arma del imperialismo en su lucha por la conquista del mundo, a través de una ciencia llamada Antropología, cuyo objeto de estudio son los pueblos primitivos. Su contraparte sería la Sociología, dedicada al estudio de los pueblos avanzados (del mundo capitalista) y trabaja con los conceptos derivados de sociedad (Lumbreras, 1981).

Se numera que “la categoría cultura es el conjunto de formas singulares que presentan los fenómenos correspondientes al enfrentamiento de una sociedad a condiciones específicas en la solución histórica de sus problemas generales de desarrollo” (Bate, 1978, p.38).

Según Sprandley y McCurdy (1975) la cultura puede entenderse como aquellos conocimientos adquiridos mediante las interacciones colectivas en las que es acogido el individuo. Este es un proceso de doble entrada que permite interpretar la experiencia y obtener comportamientos de respuesta.

Una definición particularmente interesante de cultura, ha sido aquella construida por la comunidad internacional durante la "Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales", que se llevó a cabo en México en 1982. Esta definición puede encontrarse en la Declaración de México sobre las Políticas Culturales:

La cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Abarca, las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones, las creencias y la cultura que presenta al hombre con la capacidad de reflexionar sobre sí mismo.

Muestra que los seres humanos son racionales, críticos y éticamente comprometidos; proveyendo de valores, el desarrollo y obras que trascienden (UNESCO, 1982).

En conclusión la cultura es un tablazón de conocimientos (empíricos y científicos), creencias, prácticas, costumbres, capacidades, habilidades, destrezas y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de una sociedad (Tylor, 1977).

### **1.2.2 Patrimonio**

Henrique Urbano, explica que la palabra patrimonio está relacionada a la figura romana del *pater familias*, aquel que sostiene la casa, brinda resguardo,

protección, valor económico y legal ante los órganos políticos de Roma a sus integrantes, a cambio de obediencia absoluta.

El patrimonio es precisamente eso: “la proyección de la figura del padre dando existencia y nombre a lo que el tiempo ofrece a su prole” (Urbano, 2000, p.14).

El patrimonio es un conjunto de elementos tanto naturales como culturales; abarca paisajes, sitios históricos, entornos construidos, tradiciones pasadas y presentes, conocimientos y experiencias vitales a heredar.

También registra y expresa procesos largos de la evolución histórica, constituyendo la esencia de muy diversas entidades nacionales, regionales, locales, indígenas y gran parte de la vida moderna (UNESCO, Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, 2003).

La práctica de la danza permite afirmar la identidad sociocultural y la condición de ser humano, su derecho a la creatividad y libertad (MINCETUR, 2007).

### **Clasificación del Patrimonio Cultural**

Según (PROMPERU, 2017), clasifica el patrimonio cultural de la siguiente manera:

- Patrimonio Cultural Material (Mueble)
- Patrimonio Cultural Material (Inmueble)
- Patrimonio Cultural Inmaterial
- Patrimonio Documental

- Patrimonio Industrial
- Patrimonio Subacuático

Para efectos de la presente investigación resulta importante el concepto de patrimonio cultural inmaterial.

### **A. Patrimonio Cultural Inmaterial**

Se define el Patrimonio Cultural Inmaterial como representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes – que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural (UNESCO, Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, 2003).

Textualmente la UNESCO (2003) conceptualiza el objeto de estudio de la siguiente manera: “Se deduce por “patrimonio cultural inmaterial” usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes a las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana. A los efectos de la presente Convención, se tiene en cuenta únicamente el patrimonio cultural inmaterial que sea compatible con los instrumentos

internacionales de derechos humanos existentes y con los imperativos de respeto mutuo entre comunidades, grupos e individuos y de desarrollo sostenible” (en línea).

En esta misma fuente, acierta que la Unesco declara que el patrimonio cultural inmaterial se manifiesta en los siguientes ámbitos:

- a) Tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial;
- b) Artes del espectáculo;
- c) Usos sociales, rituales y actos festivos;
- d) Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo;
- e) Técnicas artesanales tradicionales (UNESCO, Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial, 2003).

Cabe precisar que la importancia del patrimonio cultural inmaterial no estriba en la manifestación cultural en sí, sino en el acervo de conocimientos y técnicas que se transmiten de generación en generación.

El patrimonio cultural inmaterial comprende las creaciones de una comunidad cultural basada en las tradiciones expresadas por individuos de manera unitaria o grupal y que reconocidamente responde a las expectativas de la comunidad, como expresión de la identidad cultural y social, además de los valores transmitidos oralmente, tales como los idiomas, lenguas y dialectos autóctonos,



el saber y conocimiento tradicional, ya sean artísticos, gastronómicos, medicinales, tecnológico, folklórico o religioso (Martorell Carreño, 2010).

### **1.2.3 Las danzas como ámbito de expresión del patrimonio inmaterial**

Definiendo las categorías de cultura, patrimonio cultural, patrimonio cultural inmaterial, corresponde (para los propósitos de la presente investigación) profundizar en las danzas tradicionales como uno de los ámbitos en los que abarca el Patrimonio Cultural Inmaterial. A continuación se detallan los ámbitos en los que se manifiesta el patrimonio intangible:

- Las tradiciones y expresiones orales; incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial;
- Las formas tradicionales de música, danza y teatro;
- Los usos sociales, los rituales y las festividades;
- Los conocimientos y prácticas relacionados con la naturaleza y el universo;
- Las técnicas artesanales tradicionales (UNESCO, Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial, 2003).

Las danzas son un derecho y una forma básica de expresión y de comunicación humana, así su estudio tiene el permite develar diferentes aspectos socioculturales de la realidad (Mora, 2011).

Es considerada “una forma especial de trabajo, que es el trabajo artístico que da orden al movimiento en el tiempo y el espacio...permite desarrollar técnicas precisas del movimiento corporal, que ayudan a fortalecer y dar armonía al propio

cuerpo. La coordinación de movimientos corporales desarrolla las propias capacidades orgánicas, y la disciplina en la práctica permite potenciar o adquirir destrezas” (MINEDU, 2007, en línea).

La danza como el uso creativo del cuerpo humano en el tiempo y el espacio dentro de un sistema cultural específico (Barfield, 2001).

Desde el enfoque antropológico, una danza tiene el potencial de esclarecer o develar diferentes aspectos de la realidad de un determinado colectivo, reflejando un modo de vida particular (Kapsoli Escudero, 1988).

Para la danza no solo es un fuerte generador de identidad y demarcador de etnicidad, «raza» y clase dentro de su país de origen, sino también en el exterior. La danza es un agente performativo que constituye y fortalece identidades en nuevos contextos y sirve como una herramienta para la creación y presentación de identidades (Sigl, 2011).

### **A. Las danzas tradicionales en el mundo andino**

En relación a las manifestaciones sonoras del área andina prehispánica:

Las investigaciones arqueológicas y etnomusicológicas realizadas sobre la base de las colecciones de instrumentos existentes, las crónicas de relatores –indios, mestizos y españoles–, y el análisis de las prácticas que perviven hoy, indican que el sistema musical andino, si bien no desarrolló la polifonía, tiene un importante carácter melódico y rítmico.

Tanto es así que aunque no existen en los instrumentos sobrevivientes de los tiempos precolombinos intervalos de notas comunes en el sistema europeo, sí hay evidencias del conocimiento y construcción sistemática de intervalos micro tonales que no son captables por la episteme musical europea (Palominos Mandiola, 2014, p.38).

En las representaciones musicales y dancísticas andinas se ve reflejado el carácter comunitario de la organización territorial-social de los incas (el ayllu), puesto que la mayoría de las instancias de interpretación musical son de carácter grupal (no existe el intérprete de música, canto o danza solista), abarcando números que van desde unos cuantos hasta cientos. Interesante es, de todas formas, la influencia del dualismo filosófico inca, ya que el número de los integrantes de los conjuntos suelen ser múltiplos de 2, 4 y 8 (Palominos Mandiola, 2014).

El repertorio musical prehispánico comenzó a sistematizarse a partir del reinado del noveno Inca Pachacuti, quien ordenó por primera vez a mediados del siglo XV la recolección de piezas organizadas para el recientemente instaurado culto al Sol. Por esta razón los músicos suelen gozar de un alto prestigio social entre los incas (Palomino Cerrón, 1976).

En las primeras representaciones de la época colonial, se impuso una visión del diablo, como representación del mal, que lucha contra el bien representado por ángeles o arcángeles.

La danza que se enseña para ser bailada durante las procesiones del Corpus Christi se transforma en una danza festiva, graciosa y divertida, vista en los carnavales (MINEDU, 2007).

La memoria histórica se va plasmando a través de la representación artística y por eso, aunque se refieran a sucesos antiguos, las danzas se van actualizando al incorporar elementos que las hacen contemporáneas. La música, instrumentos y bailes que trajeron los españoles a nuestras tierras fueron, como dijera José María Arguedas, “indigenizados”, resultando una cultura mestiza, mezclada o de fusión, que trabaja los elementos artísticos dotándolos de características estéticas propias. Ya durante el siglo XX diversos y nuevos géneros musicales han circulado por medio de la radio, los discos, la televisión y el cine: blues, rock, son cubano, salsa, tango, cumbia, vallenato, bolero, rancheras mexicanas, etcétera.

Todas estas formas han influenciado los lenguajes musicales y coreográficos en nuestro país e importantes sectores de la población las han asumido en su práctica. Esta incorporación no es pasiva ni de pura imitación, sino que adquieren significados que puedan llegar a expresar la identidad cultural propia del grupo o sector que la práctica. Un ejemplo es la cumbia peruana o chicha que fusionó el huaino con la cumbia colombiana, usando instrumental eléctrico (MINEDU, 2007).

## **B. Sobre la danza del Huaylarsh Moderno**

En primer lugar, hay que mencionar que el Huaylarsh es Patrimonio Cultural de la Nación, declarado así mediante una Resolución Directoral Nacional 192/INC, del 23 de febrero del 2005, Resolución firmada por el entonces Director Nacional de Patrimonio el famoso arqueólogo Luis Guillermo Lumbreras. Fue declarada así por sus claras raíces prehispánicas, y porque debe promoverse su respeto y difusión.

### **Sobre los orígenes del Huaylarsh**

El Ministerio de Cultura del Perú ha confirmado el origen prehispánico (aún pre inca) del Huaylarsh. La historia relata que cuando Francisco Pizarro y su esposa Inés Huaylas Yupanqui (Princesa Quispe sisa, hija de Huayna Capac y Cortanhuacho, hija del Cacique de Huaylas) viajaban de Cajamarca a Cusco, decidieron visitar a la familia materna de la princesa, radicada en Huaylas (Ancash). Luego prosiguieron su trayecto hacia el Cusco. Se unió al séquito un grupo de músicos y bailarines de Huaylas. Cuando llegaron a Jauja, los huancas se quedaron impresionados por la agilidad y belleza del huayno acrobático de estos danzantes que habían acompañados al séquito desde el Callejón de Huaylas. Motivo por el cual decidieron adoptarlo desde 1533 hasta nuestros días (Olivera, 2017).

### **Descripción de la danza del Huaylarsh**

El Huaylarsh tendría su origen en la sierra central del Perú y es una danza que representa en trabajo agrario.

Los pasos del Waylarsh (como por ejemplo el “chihuaco”, paso saltado que imita al zorzal; el “estacatakay”, clavar la estaca, y otros, que se refieren a deshacer terrones en la chacra preparando el terreno antes del riego, sembrar las semillas de papa, etcétera) guardan estructuras simbólicas de la fuente de origen, en este caso actividades agrícolas y los esfuerzos físicos requeridos para tareas específicas como trasladar pesos, labrar la tierra, desgranar cereales, etcétera.

Los pasos de los bailarines en el Huaylarsh evocan el trabajo de cultivar la papa. Esta danza que nace en el campo se traslada a los carnavales, incorporando los mensajes de amor y de relación de pareja entre jóvenes solteros (MINEDU, 2007).

Una interpretación es que el Huaylarsh surge a partir de la fusión de dos variantes del Unay Waylarsh: el Akshu Tatay (proceso festivo y colectivo del recultivo de la papa) y la Trilla (práctica de retirar el grano de la paja tras la siega de los cereales), ambas formas colectivas de producción agrícola que llegan a transformarse en danzas con el trastrocamiento profundo de las bases económicas prehispánicas generada en el ande por los españoles (León-Chinchilla, a, 2015).

#### **1.2.4 El turismo y el patrimonio cultural inmaterial**

De la Torre (2000) propone al turismo como un fenómeno social que involucra a grupos de personas que se desplazan de forma voluntaria y temporal con fines de recreación y descanso.

Este enfoque es particularmente importante en este estudio, ya que se considera al turismo como un fenómeno social, que genera poderosas interacciones socioculturales y económicas, permeándose en el tejido social de la comunidad anfitriona, y por ende generando cambios.

En su libro *Antropología del Turismo* elabora un estado de la cuestión o estado del arte sobre los diferentes conceptos de turismo, afirma que el turismo es el movimiento de gente fuera de su lugar habitual de trabajo y residencia, más las actividades realizadas durante su estancia en estos destinos y los servicios creados para atender y satisfacer sus múltiples necesidades (Santana Talavera, 1997). Santana hace énfasis en los cambios que se generan en el lugar de destino para poder recibir a los flujos turísticos.

En ese sentido, es posible entender cómo el turismo tiene el potencial de generar cambios (no siempre positivos) en la trama social y cultural de las poblaciones receptoras. Esta potencialidad se exagera aún más cuando el objeto de la mirada turística es en especial los elementos del patrimonio cultural, material o inmaterial, con lo cual estaríamos hablando de turismo cultural.

## **Turismo Cultural**

El turismo cultural es aquel que tiene como línea o eje central de la intención de viaje aspectos relacionados a hechos históricos, artísticos, culturales o antropológicos. Este tipo de turismo, podría incluir visitas a monumentos históricos artísticos y a museos, sitios del patrimonio cultural de la humanidad, apreciación de manifestaciones folclóricas, asistencia a espectáculos de diverso tipo, así como a eventos culturales, entre otros. Las danzas constituyen elementos importantes dentro de la contemplación que lleva a cabo el turista cultural.

### **A. Impactos potenciales del turismo sobre el patrimonio cultural inmaterial**

El turismo, como cualquier actividad económica, puede generar impactos. Un impacto es cualquier cambio o alteración (deseada o no, planificada o no) que puede darse de manera inmediata y violenta, o gradual y paulatina, en un determinado entorno como resultado del ejercicio de una actividad. En este caso el turismo.

Los impactos pueden ser positivos o negativos. Los impactos positivos del turismo han sido ampliamente estudiados. Sin embargo, debe realizarse un esfuerzo en el reconocimiento de los impactos negativos que puede generar la actividad turística.



Los impactos generados por el turismo, pueden presentar sus efectos en tres ámbitos: sociocultural, medioambiental y económico.

Se utilizan estas tres dimensiones de análisis de acuerdo a las dimensiones que plantea el turismo sostenible.

### **Turismo Sostenible**

El concepto de turismo sostenible implica establecer un equilibrio entre los aspectos ambientales, económicos y socioculturales del desarrollo turístico.

En cuanto a los impactos socioculturales, uno de ellos es la afectación en los patrones culturales locales. La distorsión en las manifestaciones culturales inmateriales es sumamente compleja, considerando que la cultura es dialéctica, es decir, están en constante cambio y transformación, obedeciendo al paradigma del materialismo dialéctico (Lumbreras, 1981).

Cabe señalar, hay cambios, entonces ¿cuándo estos cambios son válidos? ¿Y cuándo podrían tenerse por impactos y transgresiones a la norma? Según (León-Chinchilla, Distorsionismo en el Huaylarsh Moderno, 2015 b) tales cambios son aceptables cuando se dan en consenso, producto de la resolución social de alguna necesidad o problema específico.

El mismo autor denuncia que en la Huaylarsh Moderno si se han dado distorsiones en tanto no surgieron de un consenso del colectivo que profesa este arte. El autor comenta:

Si bien el Huaylarsh actualmente es una manifestación cultural que identifica a los hombres y mujeres de la zona sur del valle del Mantaro, tras el proceso de migración, su mayor difusión se dio en Lima, y es ahí donde, a través de medios de comunicación y redes sociales, se da la mayor de sus distorsiones, respecto a la música, los pasos y vestuario. Se ha visto en las redes sociales, principalmente Facebook y YouTube, que muchas personas y asociaciones folclóricas en su intento de “estilizar” el waylaśh han incorporado a esta danza muchas variaciones y modificaciones arbitrarias, ya sea en música, pasos o vestimenta

(León-Chinchilla, Distorsionismo en el Huaylarsh Moderno, 2015 b).

### **1.2.5 Promoción cultural**

Marín (1994), menciona que “la promoción cultural tiene un cariz filantrópico, romántico y hasta espiritual, propiciando el desarrollo individual y colectivo. El autor afirma que: “la Promoción Cultural es un acto de amor, de fe en el hombre y la humanidad y de conciencia en la fuerza espiritual que poseen las personas” (Marín, 1994, p.184).

La promoción cultural es un “sistema de acciones que facilita una relación activa entre la población y la cultura, y cuya esencia responde a la política cultural

cubana, resulta un instrumento eficaz que, conjuntamente con otras metodologías de intervención sociocultural, contribuye a la solución de necesidades y demandas de la población en un territorio dado” (Martín, 2010, p.58).

La promoción cultural se trata de “empujar, impulsar, desarrollar” una dinámica que le permita a un determinado grupo social elevar su calidad de vida través de actividades artístico – culturales, ambos indican que la promoción cultural debe constituir la acción y efecto de promover los fenómenos y procesos relacionados con la cultura (Cañete González, Mestre Gómez, & Cedeño Marcillo, 2015; Marín, 1994).

Alcalá (2010) precisa que “la promoción cultural es el conjunto de actividades, técnicas y estrategias que se utilizan con el objetivo de informar, persuadir o recordar al público meta, acerca de los productos y/o servicios culturales. Esta definición tiene relación con las nociones de industrias culturales, consumo cultural, entre otros más ligados a dinámicas económicas de mercado” (p.50).

Para Marín, (1994), la promoción cultural presenta siete áreas de trabajo:

- a. La promoción cultural (propiamente dicha);
- b. Difusión;
- c. Investigación;
- d. Educación artística;
- e. Sector educativo;

- f. Sociedad Civil;
- g. Administración

Incluye acciones de animación, programación, creación, extensión, investigación, comercialización, producción industrial de bienes culturales, conservación, rescate, revitalización de los valores culturales, la enseñanza y capacitación, entre otras.

### **A. La Mezcla de Comunicaciones de Marketing**

La mezcla de promoción (comunicación) es la combinación de ventas personales, publicidad, promoción de ventas y relaciones públicas de una organización (Stanton, Walker, & Etzel, 2007).

Según Kotler y Armstrong (2008) este proceso es la suma de diferentes estrategias como la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, ventas personales, y marketing directo que al combinarse permiten una comunicación efectiva con el público.

Kotler y Keller (2012) plantearon que esta mezcla de comunicación tenía ocho herramientas de promoción. Estas son las siguientes:

- a) Publicidad
- b) Promoción de ventas
- c) Eventos y experiencias
- d) Relaciones publicas y publicity
- e) Marketing directo

- f) Marketing interactivo
- g) Marketing de boca a boca
- h) Ventas personales

TABLA N°1: Cuadro comparativo entre Áreas de Trabajo de la Promoción Cultural según Marín y la Mezcla de Comunicación de Marketing de Kotler y Keller.

Áreas de trabajo de la promoción cultural	Mezcla de comunicación de Marketing
a. La promoción cultural (propiamente dicha)	a) Publicidad
b. Difusión	b) Promoción de ventas
c. Investigación	c) Eventos y experiencias
d. Educación artística	d) Relaciones publicas y publicity
e. Sector educativo	e) Marketing directo
f. Sociedad Civil	f) Marketing interactivo
g. Administración	g) Marketing de boca a boca
	h) Ventas personales

Fuente: (Kotler & Keller, Dirección de Marketing, 2012) (Marín, 1994)

Las Áreas de Trabajo de la Promoción Cultural mencionadas por Marín (1994), hace referencia a las funciones que realiza un Promotor Cultural haciendo énfasis en el Proceso Administrativo con el fin de cumplir objetivos establecidos. Sin embargo, en una de las áreas mencionadas hace referencia a la Promoción

Cultural enfatizando actividades propias de las Relaciones Públicas haciendo uso de la Mezcla de Comunicación de Marketing.

También, menciona la *Difusión* con el objetivo de difundir los mensajes a través de los de los diferentes medios de comunicación lo que debe ser motivo de otro tipo de estudio como el proceso de comunicación.

### **El Diseño de la Mezcla de Promoción de Marketing**

Stanton, Walker, y Etzel, (2007), proponen que el diseño de una mezcla promocional efectiva comprende un número de decisiones estratégicas alrededor de cinco factores:

1. Auditorio Meta,
2. Objetivo del Esfuerzo de Promoción,
3. Naturaleza del Producto,
4. Etapa en el Ciclo de Vida del Producto
5. Cantidad de Dinero Disponible para la Promoción (presupuesto).

Por otro lado, Kotler y Keller (2012), indican ocho pasos para desarrollar comunicaciones eficaces:

1. Identificación del Público Meta
2. Determinación de los Objetivos
3. Diseño de las Comunicaciones
4. Elección de los Canales
5. Establecimiento del Presupuesto
6. Decisión de la mezcla de medios

7. Medición de los resultados
8. Gestionar las comunicaciones integradas de marketing

### **1.3 Definición de términos básicos**

A continuación, se presentan los términos clave para el desarrollo de la presente investigación.

#### **Patrimonio cultural inmaterial**

Según la definición de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (UNESCO, Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial, 2003): “Se entiende por “patrimonio cultural inmaterial” los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que son inherentes, las comunidades, los grupos y en algunos casos ser parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es alegrado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infunde un sentimiento de identidad y continuidad contribuyendo a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana.

Según La Convención, se tiene en cuenta únicamente el patrimonio cultural inmaterial que sea compatible con los instrumentos internacionales de derechos humanos existentes y con los imperativos de respeto mutuo entre comunidades, grupos e individuos y de desarrollo sostenible”.

Está integrado por actividades y saberes que se manifiestan principalmente en: fiestas populares, rituales, creencias, mitos; manifestaciones escénicas y espectáculos tradicionales, saberes tradicionales, medicina y farmacopea tradicional, cosmologías, tradiciones culinarias, fiestas gastronómicas, habilidades artesanas, tesoros humanos vivos, formas de expresión musical, canto, danzas populares, manifestaciones lúdicas, deportes tradicionales, lenguas, tradiciones y expresiones orales, epopeyas heroicas, leyendas, usos, costumbres sociales y espacios culturales con alta presencia inmaterial (UNESCO, Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial, 2003).

### **Promoción cultural**

La noción que más ajusta a esta investigación es la siguiente. La promoción cultural es la actividad que trata de “empujar, impulsar, desarrollar” una dinámica que permita a un determinado grupo social elevar su calidad de vida través de actividades artístico - culturales (Marín, 1994).

A través de la presente investigación se plantea si el turismo permite elevar el nivel de calidad de vida de un determinado grupo social (que sería el colectivo de danzantes y todos los actores directamente involucrados) a través de una actividad artístico-cultural que en este caso sería la danza del Huaylarsh.

### **Danza**

Las danzas son un derecho y una forma básica de expresión y de comunicación humana. Se trata del trabajo artístico que da orden al movimiento y uso creativo



del cuerpo humano en el tiempo y el espacio dentro de un sistema cultural específico. La danza es un agente performativo que constituye y fortalece identidades en nuevos contextos y sirve como una herramienta para la creación y presentación de identidades (Sigl, 2011).

### **Huaylarsh**

El Huaylarsh es una danza de origen agrario relacionada, con la mitología y la cosmovisión andina. El Huaylarsh tiene su origen en la sierra central del Perú y representa el trabajo agrario.

### **Turismo**

En su libro Antropología del Turismo, realiza una exhaustiva revisión de los diferentes conceptos de turismo, luego de la cual arroja la siguiente definición: “El turismo es el movimiento de gente fuera de su lugar habitual de trabajo y residencia, las actividades realizadas durante su estancia en estos destinos y los servicios creados para atender sus necesidades” (Santana Talavera, 1997, p.20).

Santana hace énfasis en los cambios que se generan el lugar de destino para la recepción de flujos turísticos.

### **Impactos del turismo**

Al mencionar los impactos del turismo, se considera los cambios (inmediatos, violentos, dramáticos o no) ocasionados por la actividad turística. Mientras los

cambios sean positivos o negativos, existe una tendencia a suponer solo situaciones negativas cuando se trata este tema.

Se deducen por impactos del turismo toda forma en la que el turismo genera cambios en los usos y costumbres, conocimientos y cultura de una comunidad. También en el medio ambiente y en la economía.

Los impactos pueden clasificarse en medioambientales, socioculturales y económicos. Otra forma de clasificarlos es impactos inmediatos o primarios e impactos secundarios o que se evidencian en el tiempo.

La Organización Mundial del Turismo admite que el turismo puede generar e intensificar impactos negativos, pero que estos pueden manejarse a través de una adecuada planificación, y más aún, podría coadyuvar al intercambio entre los individuos, contribuir en la preservación del medioambiente y la cultura de las localidades, y también en la economía de los pueblos (Sancho, 2006).

## **CAPÍTULO II**

### **DISEÑO METODOLÓGICO**

#### **2.1 Diseño metodológico**

La tesis ha sido desarrollada mediante una metodología cualitativa, investigando el conocimiento de una determinada porción de la realidad, en tanto se apremia develar la naturaleza profunda de la misma, el sistema de relaciones y la estructura dinámica (Martínez, 1999).

El paradigma cualitativo usa el diseño etnográfico, refiere y analiza lo que las personas de un sitio, estrato o contexto determinado hacen usualmente, y sus correspondientes significados. De esta manera, el proceso inductivo de análisis, donde se exploran áreas de sentido relativas al problema en cuestión, posteriormente plantean categorías y familias de códigos, a fin desarrollar una teoría a partir del análisis realizado (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

Asimismo, el método de la investigación acción, además de contribuir a ampliar el conocimiento científico en temas de humanidades, aporta soluciones a un problema concreto, como es la promoción y salvaguarda de una danza tradicional que es patrimonio cultural inmaterial como el Huaylarsh (Martínez, 1999).

## **2.2 Procedimiento de muestreo**

La finalidad del paradigma cualitativo es revelar las razones de los comportamientos, actitudes y motivaciones sobre los informantes acerca del significado, del por qué, para qué, dónde, cuándo se inició en la danza del Huaylarsh.

Dentro del amplio espectro de modelos de muestreo dentro del paradigma cualitativo, se ha aplicado un muestreo por conveniencia, de tipo errático circunstancial. Esto significa que el investigador usa como muestra aquello a lo que ha tenido acceso.

En este caso se trata del Concurso Nacional de Huaylarsh Frama, que se constituyó en una excelente oportunidad para el registro de información primaria en tanto se trata del Concurso de Huaylarsh más importante del país en Lima y el que convoca a la gran mayoría (sino a todas) las compañías de Huaylarsh Moderno del Perú.

Figura N° 1: Entrada al Concurso Nacional de Huaylarsh Frama



Fotografía: Propia, 2018.

Figura N° 2: Afiche publicitario del Concurso Nacional de Huaylarsh Frama.



Fotografía:

<https://www.facebook.com/381788298515093/photos/rpp.381788298515093/2039090949451478/?type=3&theater>, recuperado en 2018.

Para el registro específico de las performances de los grupos, se constituyó una muestra por voluntarios, convocando a las compañías de Huaylarsh Moderno que voluntariamente quisieron ser observadas para los propósitos de esta tesis.

TABLA N° 2: COMPAÑÍAS DE HUAYLARSH QUE VOLUNTARIAMENTE QUISIERON SER OBSERVADAS

<b>Compañía Folklórica “2 de Enero” de Santiago León de Chongos Bajo (2 de Enero de Chongos Bajo)</b>	<b>Escuela de Huaylarsh “Financista de Viques”</b>	<b>Institución cultural “Alianza Huamanmarca ”</b>	<b>CIA “Sentimient o Wanka”</b>	<b>A C “Barrio Andino de Huacrapuquio ”</b>
---	--	--	---	---

Fuente y Elaboración propia, 2018.

Ambos, el muestreo por conveniencia de tipo errático circunstancial y el muestreo por voluntarios, son de tipo cualitativo, entendiendo que del universo de clubes de danzantes de Huaylarsh, se ha buscado aproximarse a la mayor cantidad posible, considerando finalmente a aquellas que decidieron voluntariamente participar.

La conformación de la muestra, entonces quedó de la siguiente manera:

TABLA N° 3: CONFORMACIÓN DE LA MUESTRA

<b>Técnica</b>	<b>Población</b>	<b>Muestreo</b>
<b>Observación participante</b>	Las compañías de danza que participaron en el Concurso Nacional de Huaylarsh Frama del 2018 fueron en Total 37.	Los grupos que accedieron voluntariamente a ser observados (grabación, registro, y documentación de su presentación) fueron: 05
<b>Análisis documental</b>	Páginas web o de Facebook de compañías y promotores culturales de la danza del Huaylarsh: número indeterminado	De toda esta población, las páginas efectivamente revisadas fueron:  Páginas web de organizaciones, instituciones o asociaciones de promotores culturales de la danza del Huaylarsh: 10  Fanpages de Facebook de organizaciones o instituciones, asociaciones que promueven la danza del Huaylarsh: 15  Páginas personales de Facebook de personas que a título personal promueven la danza del Huaylarsh: 05

Fuente y Elaboración propia, 2018.

## 2.3 Técnicas de recolección de datos

### 2.3.1 Observación participante

Se utilizó una ficha de registro diseñada ex profesamente para tal finalidad (Ver Anexo N° 1). Adicionalmente se registró en medios audiovisuales las performances de cada una de las compañías que voluntariamente decidieron



participar en el proceso investigativo, asociadas a cada una de las fichas. Es decir, cada ficha cuenta con su material audiovisual de soporte.

### **2.3.2 Análisis documental**

De acuerdo a los criterios previamente señalados, se buscaron páginas web de organizaciones, instituciones o asociaciones que promocionen el Huaylarsh Moderno. Del mismo modo, páginas de Facebook, tanto personales como de organizaciones, instituciones y asociaciones; y Fan Page.

Finalizado el acopio de información se procedió a la transcripción de la información y posteriormente a su organización y sistematización. El análisis se realizó mediante matrices. Posteriormente se realizó la contratación de la data recopilada con investigaciones primarias y con los sujetos investigados.

Por último, se realizó la teorización, la cual consolida en un todo coherente y lógico, los resultados de la misma, mejorándolo con los aportes de los autores reseñados en el marco teórico referencial.

### **2.4 Validación de los instrumentos**

Dentro del paradigma cualitativo busca estimar el nivel de confiabilidad de la herramienta (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014). Los parámetros considerados para establecer cuán confiables resultan los instrumentos son los siguientes:

- La credibilidad: los datos recogidos resultan creíbles y fácilmente reconocidos por los integrantes de las compañías observadas;
- La confirmabilidad: la información obtenida se puede verificar, a través del registro audiovisual de las performances de las compañías incluidas en la investigación;
- La transferibilidad: los resultados se puedan extrapolar a las diferentes compañías de Huaylarsh;
- La dependencia: revisión externa e interna de los datos recopilados.

La tesis presenta aspectos a continuación detallados:

TABLA N°4: PARAMETROS PARA MEDIR NIVELES DE CONFIABILIDAD

<b>Criterio</b>	<b>Observación</b>	<b>Análisis Documental</b>
	<b>Participante</b>	
<b>Credibilidad</b>	Se observaron a 5 de 37 compañías de danza de Huaylarsh.	Se revisaron 30 documentos de internet, entre páginas web, de páginas de Facebook y Fanpages.
<b>Dependencia</b>	Revisión externa del asesor metodológico. Triangulación de métodos con el análisis documental.	Revisión externa del asesor metodológico. Triangulación de métodos con el análisis documental.

<b>Confirmabilidad</b>	Ficha de Registro	Matriz de análisis
<b>Transferibilidad</b>	Ficha de Registro	Matriz de análisis

---

Fuente y Elaboración propia, 2018.

## **2.5 Técnicas de análisis de la información**

La información ha sido analizada a través de las técnicas interpretativas y narrativas, elaborando matrices de análisis y obteniendo conclusiones de lo observado.

Como se mencionó anteriormente, una vez concluida la fase de campo, se procedió a la sistematización y análisis de la información utilizando matrices. Luego se contrastó la data recabada con investigaciones primarias y con los sujetos investigados.

Por último, se redactaron los resultados, intentando consolidar el trabajo en un todo coherente y lógico, mejorándolo con los aportes de los autores del marco teórico.

## **2.6 Aspectos éticos**

En la tesis se respetaron las convenciones propias de la investigación científica y la probidad académica. Uno de los criterios más importantes en este aspecto, es el de la aplicación del consentimiento informado a los participantes de la

investigación: cabe mencionar que se trabajó con las compañías de Huaylarsh Moderno que voluntariamente accedieron a ser parte del objeto de observación.

## **CAPÍTULO III**

### **RESULTADOS**

Se utilizó la observación participante, así como el análisis documental. Ambas técnicas cualitativas permiten recoger los principales aspectos de la Danza del Huaylarsh Moderno y su promoción a través del turismo.

#### **3.1 Observación Participante**

Este acápite de la tesis concierne a la presentación de los resultados en función de cada uno de los criterios o parámetros de observación y sus respectivos indicadores. Con respecto a los parámetros observados tenemos:

Vestuario

Sobre el vestuario, considerando como criterio la autenticidad del vestuario del Huaylarsh, uso adecuado de prendas y accesorios, notamos lo siguiente:

TABLA N° 5: VESTUARIO

Compañía Folklorica “2 de Enero” de Santiago León de Chongos Bajo (2 de Enero de Chongos Bajo)	“Financista de Viques”	“Alianza Huamanmarca”	CIA “Sentimiento Wanka”	A C “Barrio Andino de Huacrapuquio”
La compañía presenta un vestuario autentico (apegado a la tradición) y uso adecuado de las prendas.	Los danzantes de la escuela presentan un vestuario (es decir, apegado a la tradición).	Presentan un vestuario autentico (es decir, apegado a la tradición).	Los danzantes de la compañía presentan un vestuario original (es decir, prima la creatividad y la innovación del grupo).	Los danzantes de la asociación cultural presentan un vestuario original (es decir, prima la creatividad y la innovación del grupo).

Fuente: Elaboración propia, 2018.

Conclusión: En los casos observados se registra el uso de vestuarios auténticos, lo cual nos demuestra que existe una fuerte vinculación y apego entre los participantes y la tradición cultural de la tierra de los Huancas, por seguir al pie de la letra y de manera fiel la tradición en los rasgos culturales.

## Expresión del Mensaje

Sobre la expresión del mensaje, considerando como criterio la utilización de los lenguajes corporales, gestuales y orales; respetando la forma y el estilo. Cabe resaltar que la calidad en la performance es un logro grupal y no individual.

TABLA N° 6: EXPRESIÓN DEL MENSAJE

Compañía Folklorica “2 de Enero” de Santiago León de Chongos Bajo (2 de Enero de Chongos Bajo)	“Financista de Viques”	“Alianza Huamanmarca”	CIA “Sentimiento Wanka”	A C “Barrio Andino de Huacrapuquio”
Respeto la forma utilizando el lenguaje adecuado (guapeo).	El desarrollo de la danza expresa dominio. Utilizan el lenguaje adecuado (guapeo).	Los integrantes demuestran dominio del lenguaje corporal. Se observa trabajo grupal (todos son uno).	Los integrantes presentan un buen lenguaje corporal y gestual.	Los integrantes presentaron con buena expresión su Huaylarsh.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

### Conclusión:

Se observa que hay una coincidencia entre aquellos grupos que están más apegados a la tradición en el caso de los vestuarios, pues también están más apegados en la tradición al momento del despliegue coreográfico. Así, hay una coincidencia pues estos grupos utilizan el lenguaje del *guapeo*.

En general, todos los elencos presentan un elevado dominio del lenguaje corporal, pero un grupo llamó nuestra atención por la impecable coordinación y sincronización (2 de Enero de Chongos Bajo).

## Coreografía

Sobre la coreografía, el criterio empleado fue la limpieza en la coreografía y las figuras trazadas durante la performance.

TABLA N° 7: COREOGRAFÍA

<b>Compañía Folklórica “2 de Enero” de León de Chongos Bajo (2 de Enero de Chongos Bajo)</b>	<b>“Financista de Viques”</b>	<b>“Alianza Huamanmarca”</b>	<b>CIA “Sentimiento Wanka”</b>	<b>A C “Barrio Andino de Huacrapuquio”</b>
Coreografía impecable y figuras limpias.	Los danzantes representan su coreografía y sus figuras son limpias.	Los danzantes representan su coreografía y sus figuras son limpias.	Los danzantes representan su coreografía, la cual es diversa y sus figuras son limpias.	Los danzantes representan su coreografía con fuerza y sus figuras son limpias.

Fuente: Elaboración propia, 2018.



### Conclusión:

Se denota la dinámica de las coreografías, situación que no se observa en otros contextos (bailes de salón, por ejemplo). Podría atribuirse a que es una danza de carnaval y además a la presión de un evento de esta naturaleza, aunque esto debería ser motivo de otro tipo de estudios. Nuevamente, la única agrupación que destaca es 2 de Enero de Chongos Bajo por la impecable coreografía y la limpieza de sus figuras.

## Armonía Rítmica

Sobre la armonía rítmica, considerando como criterio la sincronización de los pasos y los movimientos, notamos lo siguiente:

TABLA N° 8: ARMONÍA RÍTMICA

Compañía Folklorica “2 de Enero” de Santiago León de Chongos Bajo (2 de Enero de Chongos Bajo)	“Financista de Viques”	“Alianza Huamanmarca”	CIA “Sentimiento Wanka”	A C “Barrio Andino de Huacrapuquio”
Los danzantes demuestran pasos y movimientos sincronizados.	Todos los integrantes tenían dominio de los pasos, estaban sincronizados.	Dominio de la sincronización de los pasos.	La compañía sincroniza los pasos y las figuras.	El grupo demuestra estar sincronizados.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

Conclusión:

En general, todos los grupos presentan nivel de sincronización. Muestran mayor nivel de dominio la compañía Alianza Huamanmarca.

Podemos concluir que, respecto al uso de vestuarios estos son auténticos, así como se muestra apego a la tradición cultural a la tierra de los Huancas. En el caso de la expresión de mensajes se muestra apego en el lenguaje del guapeo.

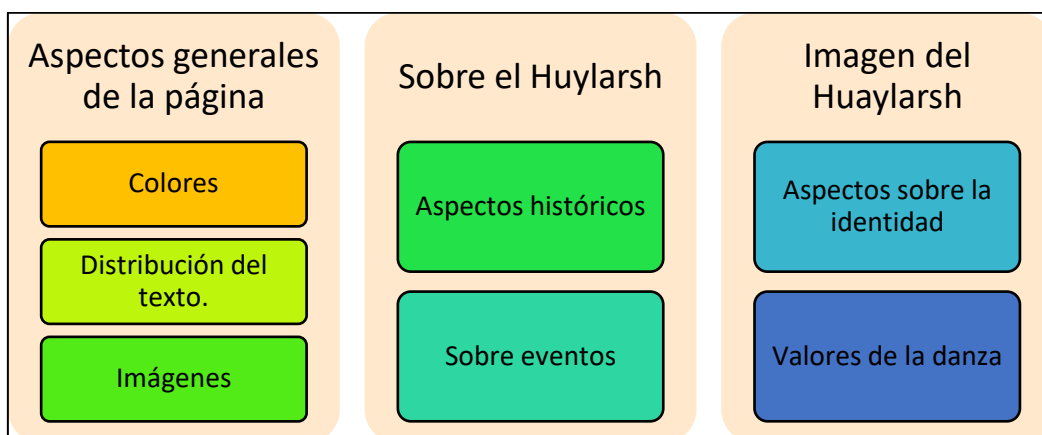
En el caso de la coreografía se observó orden y limpieza al trazar las figuras. Por otro lado, en la armonía rítmica los grupos presentan un buen nivel de sincronización.

### **3.2 Análisis documental**

Se revisaron y analizaron páginas web y redes sociales de diversas asociaciones dedicadas a la difusión del Huaylarsh Moderno. La finalidad es reconocer los principales aspectos de comunicación que utilizan las instituciones y qué tan atractivas pueden ser para el público en general al que están dirigidas.

Se han utilizado los siguientes parámetros de análisis:

Figura N° 3: Parámetros de Análisis



Fuente y Elaboración propia, 2018.

## Análisis Documental

### A. Aspectos generales de la página

Se percibe que las páginas en general muestran un desarrollo profesional en el diseño y presentación. Empleándose los colores e imágenes de forma armoniosa y distribuyendo la información, en general de manera organizada. Así podemos ver los siguientes ejemplos:

Figura N° 4: Captura de pantalla del Centro Cultural Linaje Peruano.



Fuente: <http://linajeperuano.com/noticias/category/huaylarsh/>, recuperado en 2018.

Figura N° 5: Captura de pantalla del Blog Full Ritmo.



Fuente: <http://full-ritmo.com/se-viene-con-todo-el-xvi-concurso-de-huaylarsh-frama-2018/>, recuperado en 2018.

Como hemos visto, hay páginas con diseños sofisticados y otras que mantienen la energía de los colores propios de la danza y de lo que esta representa.

En YouTube se dan a conocer videos sobre la danza, el visitante puede apreciarla.

Figura N° 6: Captura de pantalla del Blog Huaylarsh.



Fuente: <http://huaylarsh.blogspot.com/>, recuperado en 2018.

En cuanto a las páginas de Facebook que se han revisado, podemos notar que algunas de ellas no están actualizadas en la información y en contenidos. Esto es un mal indicador de uso de las redes sociales.

Las personas desconfían de una página que no está al día en la información que debe brindar o, peor aún, una página que no está activa.

Figura N° 7: Captura de pantalla de la página de Facebook Viques Cuna del Huaylarsh.



Fuente: <https://www.facebook.com/viques.cunadelhuaylarsh>, recuperado en 2018.

Otras páginas utilizan las redes sociales para dar información y compartir imágenes de sus actividades, lo usual en estos medios. Además, permiten la interacción con los internautas. Este último aspecto es realmente importante si queremos comenzar a construir una relación de promoción y difusión de la importancia cultural y turística de la danza.

Figura N° 8: Captura de pantalla de la página de Facebook Huaylarsh para el Mundo.



Fuente: <https://www.facebook.com/people/Huaylarsh-Para/100009009349023>, recuperado en 2018.

Figura N° 9: Captura de pantalla de la página de Facebook Centro Social Defensor Gloria.



Fuente: <https://www.facebook.com/Centro-Social-Defensor-Gloria-800137070097756/>, recuperado en 2019.



Figura N° 10: Captura de pantalla de la cuenta personal de Facebook Huaylarsh Huancayo.



Fuente: <https://www.facebook.com/huancayowas>, recuperado en 2018.

## B. Sobre el Huaylarsh:

Gran número de las páginas colocan los eventos de forma manifiesta y explícita, lo que permite dar realce a estas actividades.

Figura N° 11: Captura de pantalla de la página web Centro Cultural Linaje Peruano.



Fuente: <http://linajeperuano.com/noticias/category/huaylarsh/>, recuperado en 2018.

Hay páginas que trabajan como prioridad los aspectos históricos y culturales de la danza, haciendo un desarrollo no solo de la parte musical y artística, sino de la parte histórica en sí misma. Esto es importante considerando que muchas personas se han acercado a la manifestación artística más no han profundizado en los otros valores que la misma encierra.

Figura N° 12: Captura de pantalla del Blog Huaylarsh.



Fuente: <http://huaylarsh.blogspot.com/>, recuperado en 2018.

### C. La imagen del Huaylarsh:

Se destacan en muchas páginas la relación entre la danza y la sociedad andina. En general, esto se manifiesta en forma de eventos y actividades de corte cultural que son promocionadas en las páginas web.

Figura N° 13: Captura de pantalla del Centro Cultural Linaje Peruano.



Fuente: <http://linajeperuano.com/noticias/category/huaylarsh/>, recuperado en 2018.

Algo muy representativo de esta danza son los colores y la alegría que expresan. En ese sentido, las fotografías que se utilizan en las páginas son bastante efectivas para manifestar eso. La alegría y el disfrute son evidentes en estas.

Figura N° 14: Captura de pantalla del Blog Full Ritmo difundiendo el concurso de Huaylarsh Frama 2018.



Fuente: <http://full-ritmo.com/se-viene-con-todo-el-xvi-concurso-de-huaylarsh-frama-2018/>, recuperado en 2018.

Así se concluye que, respecto de la promoción virtual, las webs de los restaurantes y peñas son bastante limitadas y aún se recurre a la promoción de prensa tradicional.

Es más, lo que se conoce por el boca a boca de quienes han visitado estos espacios que por la visita o búsqueda por internet. Las webs no están actualizadas, la información histórica no está completa pero sí poseen muchas de estas webs buena cantidad de fotos. Esto se debe a que la web funciona

como un soporte “institucional” (si tienes una web, existes formalmente), pero realizan difusión a través de las redes sociales, sobre todo Facebook e Instagram.

En el caso del Facebook ocurre un fenómeno interesante, pues si bien muchos restaurantes poseen una web abandonada o con información básica, es en la red social a donde han apuntado para fidelizar a sus visitantes. La presencia de las danzas, se comprenderá, es un plus del servicio gastronómico que se ofrece, y funciona como un gancho para atraer visitantes. Sin embargo, no hay difusión de videos musicales completos, si no de extractos de las presentaciones del riel de danzas que se ofrecen durante el espectáculo.

Por otro lado, han proliferado, gracias a las redes sociales, una serie de grupos dedicados a la danza y de promotores del Huaylarsh, muchas veces por cuestiones sentimentales de nostalgia por la tierra o porque son amantes de la danza y la música.

La mayoría de estas páginas cuentan con la intención, pero falta la fuerza para mantenerlas. Se dividen en amantes de la música, profesores de danza, grupos que enseñan a bailar y grupos que informan sobre el baile y concursos a nivel nacional.

La difusión del baile es innegable, pero su presencia, sobre todo en el mundo virtual, sigue siendo un espacio aún por explotar y desarrollar.

## **CAPÍTULO IV**

### **PROPUESTA**

#### **4.1 Propuesta de la Mezcla de Comunicaciones de Marketing para la promoción del Huaylarsh Moderno a través del Turismo**

Con la finalidad de fortalecer la danza de Huaylarsh Moderno, la identidad y el fuerte afianzamiento y vínculo entre los danzantes y esta práctica cultural a través del turismo, propongo como primer punto, la creación del Museo Etnográfico del Huaylarsh y un repositorio, donde se expondrá la evolución en el tiempo de esta práctica artística. Para ello, se convocará a la población a participar en un concurso que tendrá por finalidad recuperar el patrimonio fotográfico de la danza. Esto, se plantea como iniciativa público-privada. Se propone resolver el financiamiento a través de la Cooperación Técnica Internacional.

Como segundo punto, planteo la creación de una plataforma de coordinación integrada. La creación de esta instancia o plataforma, puede asumir también asociada a la gestión del Museo Etnográfico del Huaylarsh.

Podría tratarse de la figura de un Patronato del Huaylarsh o similar, que funcione con aportes de las compañías y asociaciones vinculadas y del Ministerio de Cultura, caso contrario su funcionamiento puede ser auspiciado también por la Dirección Desconcentrada de Cultura de Junín.

Como tercer punto, planteo una serie de alianzas y estrategias con los diferentes actores, entre ellos:

\_Alianzas con escuelas de danzas para de manera conjunta realizar campañas de promoción a través del sorteo de cursos gratuitos de danza Huaylarsh Moderno.

\_Alianzas con agencias de viajes para de manera conjunta realizar promoción de la ruta nacional del Huaylarsh.

\_Coordinación con el Consejo Municipal de Huancayo para de manera conjunta realizar promoción de actividades relacionadas con la danza del Huaylarsh.

\_Coordinación con PromPerú (Comisión de Promoción para la Exportación y el Turismo) con el objetivo que la danza del Huaylarsh tenga presencia en actividades promocionales a nivel internacional.

\_Coordinación con las DIRCETUR (Dirección Regional de Comercio Exterior y el Turismo) con el objetivo que la danza del Huaylarsh tenga presencia en actividades promocionales a nivel nacional, principalmente Dircetur Junín.

\_Coordinación con Ministerio de Cultura con el objetivo que la danza del Huaylarsh tenga presencia en actividades culturales a nivel nacional.



\_Promoción en la página web de Y Tu Qué Planes? De PromPerú de paquetes turísticos promocionales para viajar a Junín durante la temporada de Huaylarsh.

\_Promoción en la página web de Y Tu Qué Planes? De PromPerú de paquetes turísticos promocionales para viajar a Lima durante la temporada del Concurso Nacional de Huaylarsh Frama, dirigida al mercado arequipeño, iqueño, ancashino y trujillano, que según PromPerú son importantes ciudades emisoras de turistas.

\_Alianza con establecimientos de espectáculos turísticos para de manera conjunta potenciar la promoción del Huaylarsh ante el mercado turístico tanto receptivo como doméstico.

Asimismo, se elevan estas sugerencias:

\_Con el fin que el Huaylarsh alcance notoriedad, podría ser incluido en eventos internacionales, como la presencia de la danza en el evento deportivo de los Juegos Panamericanos, Lima 2019 y nacionales de relevancia como aniversarios regionales entre otros.

\_Para captar la atención de los operadores de turismo receptivo se recomienda participar en ferias turísticas en las cuales dentro de sus actividades promocionales promuevan la danza el Huaylarsh.

\_Difundir entre operadores de turismo receptivo el Concurso Nacional de Huaylarsh organizado por Frama Producciones, para lograr su inclusión en los paquetes turísticos de temporada.

\_Con el fin de posicionar la danza a nivel nacional como evento turístico relevante se recomienda realizar el Festival de Huaylarsh Anual, el cual podría coincidir con el Día Nacional del Huaylarsh.

\_Con el fin de recordar la danza se deberá desarrollar alianzas con los gremios de agricultores de papa y aprovechar el 30 de mayo “Día Nacional de la Papa” para participar en sus eventos y actividades.

En el cuarto punto, la estrategia principal de la Mezcla de Comunicaciones de Marketing, gira en torno al aprovechamiento de eventos turísticos como herramienta de promoción del Huaylarsh Moderno ante segmentos turísticos.

Cabe resaltar, que esta estrategia presenta sus límites ante el mercado turístico (tanto nacional como extranjero); es decir, no servirá para difundir y promover el Huaylarsh ante la población en general, sino solo ante el mercado turístico extranjero y el mercado de visitantes nacionales. Es decir, la tesis sugiere trabajar con dos segmentos de mercado:

### *Mercado Receptivo*

Considero pertinente los esfuerzos de marketing a los turistas extranjeros que arriban a Lima y a los turistas extranjeros que arriban a la región Junín, a la ciudad capital Huancayo. Existe un estudio especializado de (PROMPERU, 2017) que detalla las características del turista extranjero que viene al Perú y visita restaurantes con shows folclóricos (andino o criollo). El 43% presenta un grado de instrucción universitario. El gasto promedio durante su viaje es de \$ 1,135 y la duración del mismo es de 11 noches en promedio. Viaja principalmente con su pareja y el hospedaje preferido son los hoteles de 3 estrellas.

El estudio no presenta datos sobre la percepción o niveles de satisfacción del turista ante el espectáculo folclórico, pero un dato útil podría ser que la gran mayoría (85 %) utiliza Facebook, y un 32 % usa Instagram. Esto debe considerarse al momento de seleccionar las herramientas de promoción.

### *Mercado Nacional*

Se considera direccionar esfuerzos hacia la mercadotecnia en los turistas nacionales que arriban a la capital de Junín, ciudad de Huancayo.

En cuanto a la promoción del Huaylarsh ante segmentos turísticos, cabe distinguir dos segmentos:

- a). Segmento de Turismo Receptivo y
- b). Segmento de Turismo Doméstico.

El quinto punto, en cuanto a los objetivos de la promoción cultural del Huaylarsh ante segmentos turísticos, atenderé la propuesta de (Alcalá, 2010):

- a). Informar al Público Meta

b). Persuadir al Público Meta

c). Recordar al Público Meta

En el sexto punto, según la propuesta de Kotler y Keller ( 2012), sobre la mezcla de comunicaciones de marketing, recomiendan utilizar las siguientes herramientas promocionales:

a. Eventos y experiencias.

\_El Festival de Huaylarsh Anual deberá considerar en su programa: concurso de bandas, pasacalles, exhibiciones de los tipos de danzas del Huaylarsh, platos tradicionales, vestuarios típicos, idioma, foros, etc.

\_Para captar la atención de los turistas se recomienda el desarrollo de actividades callejeras (Street marketing) en puntos clave de tránsito turístico.

\_Desarrollar experiencias a través de los eventos organizados en la ruta nacional de Huaylarsh.

\_Para crear experiencias entre los turistas se deberá realizar actividades de multitud relámpago (Flashmoob), debiendo desarrollarse en puntos de tránsito clave como aeropuertos y terrapuertos.

\_Convocar a la población a participar en el concurso “Nuestro Legado” para la creación del Museo Etnográfico del Huaylarsh.

b. Marketing Directo e Interactivo.

\_Programas de promoción a través de la web, blogs y redes sociales por parte de la plataforma de coordinación integrada.

\_Programas de información a través de la creación de la revista especializada virtual El Huaylarsh dirigida a los suscriptores de la plataforma de coordinación integrada.

\_Desarrollar una comunidad virtual dirigida al mercado doméstico a través de las redes sociales: Facebook, Instagram, YouTube.

Es apreciable que se cuente con un suministro de coordinación y control. Se justifica la necesidad de contar con un organismo o plataforma que centralice los esfuerzos promocionales propuestos.

En el séptimo punto, se plantea la siguiente propuesta:

### **El Diseño de la Mezcla de Promoción**

Para diseñar la mezcla de promoción (mezcla de comunicación de marketing) en primer lugar se debe identificar el segmento a trabajar para elegir al público meta, en segundo lugar, se debe establecer el objetivo de la promoción direccionado al público meta, en tercer lugar, se debe establecer la herramienta de promoción sugerida, en cuarto lugar, se debe escoger actividades promocionales enfocadas a la herramienta de promoción establecidas y en quinto lugar se debe establecer tiempos de duración de la actividad promocional. El contenido del diseño de la mezcla promocional dependerá del especialista responsable, pudiendo considerar mensajes, medios, presupuesto, etcétera. Sin embargo, los últimos puntos mencionados pertenecen a otro tipo de estudio.

TABLA N° 9: MODELO DEL DISEÑO DE LA MEZCLA DE PROMOCIÓN

Nª	Público Meta	Objetivo de Promoción	Herramienta de Promoción	Actividades Promocionales	Duración de la Actividad Promocional
1					

Fuente: Elaboración propia, 2019.

A continuación, un ejemplo del Modelo del Diseño de la Mezcla de Promoción, según la propuesta:

TABLA N° 10: EJEMPLO DEL MODELO DEL DISEÑO DE LA MEZCLA DE PROMOCIÓN

Nª	Público Meta	Objetivo de Promoción	Herramienta de Promoción	Actividades Promocionales	Duración de la Actividad Promocional
1	Extranjeros que llegan al aeropuerto Jorge Chávez.	Informar sobre “Las danzas” como atractivo cultural.	Eventos y experiencias	Desarrollar actividades de multitud relámpago (Flashmoob) donde los danzantes de Huaylarsh Moderno sorprendan a los turistas.	Mes de Julio de 2020.

2	Turista vacacionista	Persuadir a que visite algunos de los distritos que conforman la ruta nacional del Huaylarsh	Marketing Directo e Interactivo	Difundir los distritos y las actividades que se desarrollaran que en la ruta nacional del Huaylarsh a través de las diferentes redes sociales para ellos se realizara sorteos de pasajes entre otros.	Meses de diciembre y enero de 2020.
---	-------------------------	--	---------------------------------	---	-------------------------------------

Fuente: Elaboración propia, 2019.

## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Discusión

En relación al objetivo general, se afirma que se ha comprobado la hipótesis de que el turismo sí puede ser una adecuada herramienta de promoción cultural de la danza del Huaylarsh.

Durante la revisión de la literatura, se identificó abundante material sobre las danzas en general como manifestación cultural, sobre todo desde las ciencias sociales (antropología, sociología, etc.) No así sobre la danza del Huaylarsh en específico, tópico sobre el cual el material era muy escaso.

En función de los hallazgos, la mayoría de los grupos observados presentaron apego y respeto por la tradición y los códigos en la práctica del Huaylarsh Moderno. Esto se manifestó en aspectos como la vestimenta, las coreografías, la performance de las comparsas, entre otros.

Luego, el análisis documental, llegó de manera muy pronta a un punto de saturación, evidenciando de manera contundente que la promoción virtual, las webs de los restaurantes y peñas son bastante limitadas y aún se recurre a la promoción de prensa tradicional. Esto a pesar de que algunas páginas web están muy bien elaboradas, la gran mayoría no están actualizadas, la información histórica no está completa pero sí poseen muchas de estas webs buena cantidad de fotos.



## 5.2 Conclusiones

Siendo el objetivo general determinar de qué manera el turismo se constituye en una herramienta adecuada de promoción cultural para el Huaylarsh Moderno, se señala que la investigación ha concluido afirmativamente. La promoción debe observar estrictamente los mercados o segmentos de mercado objetivos, y la mezcla de promoción debe ser diseñada atendiendo a sus características específicas.

En cuanto a los objetivos específicos:

1. Verificar si el turismo es una herramienta adecuada de promoción cultural.

Concluyendo que sí, efectivamente, se puede emplear el turismo como herramienta de promoción cultural. Esto se logra re direccionando la promoción del Huaylarsh hacia mercados o segmentos de mercado turísticos.

2. Identificar cuáles son las principales características del Huaylarsh Moderno. Cabe precisar, que algunos estudiosos de nuestro patrimonio cultural inmaterial hacen la distinción entre Huaylarsh Moderno (o Huaylarsh de carnaval) y Huaylarsh Antiguo (o Huaylarsh de Chacra). Sus orígenes generalmente se asignan a la región Junín. En general, las características del Huaylarsh son:

- El zapateo característico;
- La imitación de los movimientos que se realizan en el campo durante la siembra de papa;

- La ejecución con fuerza, habilidad y destreza de los movimientos dancísticos;
- La competencia sana entre los varones;
- El vigoroso contrapunto;
- El cortejo a la pareja con galanteos que imitan al chihuaco (zorzal) en un ambiente de campo).

3. Verificar si el turismo puede ser una herramienta adecuada de promoción cultural del Huaylarsh Moderno. La presente investigación nos indica que el turismo sí es una herramienta valiosa, y que su aplicación no generaría impactos o distorsiones de la danza como patrimonio cultural inmaterial. Sin embargo, este riesgo sí existe, y está representado principalmente por la presión mediática y comercial. Esto se manifiesta en querer llamar más la atención en espectáculos folclóricos para lograr mayores audiencias, y/o llamar más la atención de los jurados en los concursos.

### **5.3 Recomendaciones**

Para mantener la cultura inmaterial que representa el Huaylarsh Moderno, se debe considerar la tradición y promoverla, conocer mediante el turismo interno y receptivo. Es necesario que las autoridades, instituciones culturales y organizaciones varias (sobre todo de la región Junín) fortalezcan la pervivencia de la cultura inmaterial a partir de su aprendizaje gratuito desde la niñez de los usos y costumbres, la danza, la música costumbrista orientados por las generaciones adultas y de la tercera edad. La enseñanza del Huaylarsh debe impartirse gratuitamente y obligatoriamente en las instituciones educativas de nivel inicial, primario y secundario; así como difundir estas prácticas en la generación de la tercera edad como actividades de carácter artístico y recreativo.

La promoción turística que puede emprender la Región Junín estaría direccionada hacia el desarrollo económico de la población, mediante la promoción de emprendimientos de prestación de diversos servicios turísticos; porque una cultura inmaterial dancística correctamente aprovechada económicamente, puede rendir beneficios a la población.

## LISTA DE REFERENCIAS

- Alcalá, R. (24 de octubre de 2010). La promoción cultural y musical a través de redes sociales. Recuperado el 2018, de <http://musinetwork.com/musinetwork-en-el-3er-festival-internacional-jazzuv-2010/>
- Barfield, T. (2001). *Diccionario de Antropología*. Madrid, España: BELLATERRA.
- Bate, L. F. (1978). *Sociedad, formación económico-social y cultura*. Mexico: Ediciones de Cultura Popular.
- Cañete González, A. d., Mestre Gómez, U., & Cedeño Marcillo, G. M. (13 de enero de 2015). Concepciones Teóricas sobre promoción cultural y patrimonio, su importancia para la preservación del patrimonio cultural en las comunidades. *Didasc@lia:Didáctica&Educación*, VI(5), 107-108. Obtenido de <file:///C:/Users/Peru/Downloads/Dialnet-ConcepcionesTeoricasSobrePromocionCulturalYPatrimo-6640053%20.pdf>
- Cusco, D. D. (16 de agosto de 2016). Guía sobre el Patrimonio Cultural Inmaterial. *Guía sobre el Patrimonio Cultural Inmaterial*. Cusco, Cusco, Perú: Ministerio de Cultura.
- De la Torre Padilla, Ó. (2000). *El turismo fenómeno social*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Deriche Redondo, Y. (2006). SI DE PROMOCIÓN CULTURA SE TRATA. En M. d.-C. cultura, *Selección de lecturas sobre promoción cultural* (págs. 20-21). La Habana, Cuba.
- Geertz, C. (1973). *La interpretación de las culturas*. España: Gedisa, S.A.
- González-Varas Ibañez, I. (2000). *Conservación de bienes culturales. Teoría, historia, principios y normas* (2da ed.). España: Ediciones Cátedra.
- Hernández Sampieri, C., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta ed.). Mexico: McGraw Hill Education.
- INC. (23 de FEBRERO de 2005). (S. Lumbreras, Ed.) *Resolución Directoral Nacional N°192/INC*.
- Kapsoli Escudero, W. (1988). *Historia y cultura andina*. Lima: Instituto Nacional de Cultura .
- Kauffmann Doig, F. (1988). *Historial general de los Peruanos - 1/EL PERÚ ANTIGUO*. Lima: PEISA.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. 8va, 363. Mexico: Pearson Educación. Recuperado el 2018, de [https://www.academia.edu/42228045/Kotler\\_P\\_and\\_Armstrong\\_G\\_2008\\_Fundamentos\\_de\\_marketing\\_8va\\_edici%C3%B3n\\_Pearson\\_Educaci%C3%B3n\\_M%C3%A9xico](https://www.academia.edu/42228045/Kotler_P_and_Armstrong_G_2008_Fundamentos_de_marketing_8va_edici%C3%B3n_Pearson_Educaci%C3%B3n_M%C3%A9xico)

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Dirección de Marketing*, 14°, 478. Mexico: Pearson Education. Recuperado el 2018, de <http://www.leo.edu.pe/wp-content/uploads/2019/12/direccion-de-marketing-philip-kotler-1.pdf>
- León-Chinchilla, Y. (25 de setiembre de 2015 b). Distorsionismo en el Huaylarsh Moderno. *Los Huaylarsh de otros mundos*. Huancayo, Junin, Perú: Lliu Yawar. Recuperado el 2018, de <https://liuyawar.wordpress.com/2015/09/25/los-huaylarsh-de-otros-mundos/>
- León-Chinchilla, Y. (09 de setiembre de 2015). a. Obtenido de <https://lamula.pe/2015/09/28/el-akshu-tatay-no-era-una-danza/yhondenil/>
- Lumbreras, L. G. (1981). *La Arqueología como ciencia social*. Lima, Perú: PEISA. Recuperado el 2018, de <https://glamboy69.files.wordpress.com/2016/10/lumbreras-luis-g-la-arqueologia-como-ciencia-social.pdf>
- Machado, J. (1996). *Turismo, consumo e impacto social*. Universidad de Sao Paulo. Centro de Estudios Latino-americanos de cultura y comunicaciones. Obtenido de <http://www.sociologia.de/bm/articles/impacturismo.doc>
- Marín, G. (1994). Manual Básico del Promotor Cultural. 146. Mexico. Recuperado el 2018, de <http://www.almagestocultura.com/wp-content/uploads/2014/10/Guillermo-Mar%C3%ADn-Manual-b%C3%A1sico-del-promotor-cultural.pdf>
- Martín, R. (2010). Promoción cultural Una nueva mirada. 67. La Habana: Centro Nacional de Superación para la Cultura. Obtenido de <http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/73/Habana%20-%20Promoci%C3%B3n%20cultural%20Una%20nueva%20mirada.pdf?sequence=1>
- Martínez, M. (1999). *Comportamiento Humano Nuevos métodos de investigación*. Mexico: Trillas.
- Martorell Carreño, A. (2010). *Itinerarios culturales y patrimonio mundial*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- MINCETUR. (30 de setiembre de 2007). Aprueban Reglamento de Organización y Funciones de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ. *DECRETO SUPREMO N°009-2007-MINCETUR*, pág. 354477. Recuperado el 2018, de <https://www.promperu.gob.pe/catalogo/Attach/NuevoROF-PP.pdf>
- MINCUL. (2017). *Guía sobre declaratorias de expresiones del Patrimonio Cultural Inmaterial como Patrimonio Cultural de la Nación*. Lima: MINISTERIO DE CULTURA. Recuperado el 2018

- MINEDU. (2007). Educación por el Arte. Serie 2 para estudiantes de Secundaria. Historia del Arte Peruano. *Fascículo 3: Ritos y Fiestas: Origen del teatro y la danza en el Perú, 1era.* Lima. Obtenido de <http://www.minedu.gob.pe/pdf/ed/historia-del-arte-peruano.pdf>
- Ministerio Coordinador de Patrimonio. (2012). *Introducción al Patrimonio Cultural - Manual introductorio para personal municipal.* Quito, Ecuador: AMECUADOR. Obtenido de <http://www.amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2017/04/libro-introduccion-al-patrimonio-cultural.compressed-ilovepdf-compressed.pdf>
- Mora, A. S. (2011). Movimiento, cuerpo y cultura: perspectivas socio-antropológicas sobre el cuerpo en la danza. En V. D'heres, & E. Galak, *Estudios sociales sobre el cuerpo: prácticas, saberes, discursos en perspectiva* (1era. ed., pág. 216). Buenos Aires, Argentina: Estudios Sociológicos EDITORA. Recuperado el 2018, de [http://www.estudiossociologicos.org/-descargas/eseditora/estudios-sociales-sobre-el-cuerpo-practicas\\_saberes\\_discursos-en-perspectiva/estudios-sociales-sobre-el-cuerpo.pdf](http://www.estudiossociologicos.org/-descargas/eseditora/estudios-sociales-sobre-el-cuerpo-practicas_saberes_discursos-en-perspectiva/estudios-sociales-sobre-el-cuerpo.pdf)
- Olivera, J. (2017). El Huaylas. Recuperado el 2018, de <http://www.deperu.com/abc/danzas-peruanas/2704/el-huaylas>
- OMT. (2018). Panorama OMT del turismo internacional. 1era. Madrid, España. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419890>
- Palomino Cerrón, R. (1976). *Diccionario Quechua: Junín-Huanca.* Lima: Ministerio de Educación/Instituto de Estudios Peruanos.
- Palominos Mandiola, S. (2014). Entre la oralidad y la escritura. La importancia de la música, danza y canto de los Andes coloniales como espacios de significación, poder y mestizaje en contextos de colonialidad. (C. G. Rojas, Ed.) *Revista Musical Chilena*, 68(222), 35-57. Recuperado el 2018, de <https://revistamusicalchilena.uchile.cl/index.php/RMCH/issue/view/3747>
- PROMPERU. (2017). *Los 6 tipos de Patrimonio Cultural del Perú que no conocías.* Lima. Obtenido de <https://peru.info/es-pe/turismo/noticias/3/17/seis-tipos-de-patrimonio-cultural-del-peru>
- PROMPERÚ. (2018). *Perfil del turista Extranjero.* Lima. Recuperado el 2018, de [https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Perfil%20del%20Turista%20Extranjero%202017&url=~/Uploads/perfiles\\_extranjeros/40/Book\\_PTE\\_2017\\_FINAL.pdf&nombObjeto=PerfTuristaExt&back=/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt&issuuid=](https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Perfil%20del%20Turista%20Extranjero%202017&url=~/Uploads/perfiles_extranjeros/40/Book_PTE_2017_FINAL.pdf&nombObjeto=PerfTuristaExt&back=/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt&issuuid=)
- Rebaza Acosta, A. (1958). *Historia General de la Cultura (ALTAS CULTURAS).* Lima: D.Miranda.
- Sancho, A. (2006). *Introducción al Turismo.* España: Organización Mundial del Turismo. Obtenido de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>

- Santana Talavera, A. (1997). *¿Nuevas hordas, viejas culturas? La Antropología y el Turismo*. Barcelona: Ariel.
- Sastre Cifuentes, A. (8 de diciembre de 2007). Construcción del sujeto en la danza. (U. S. Tomás, Ed.) *Hallazgos Revista de Investigaciones*, 195-209. Recuperado el 2018
- Sigl, E. (diciembre de 2011). Identidades de diáspora a través de la danza folclórica. Un estudio ciberantropológico. *ANTHROPOLOGICA/AÑO XXIX(29)*, 187-213. Obtenido de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/antropologica/article/view/1222>
- Sprandley, J., & McCurdy, D. (1975). *Anthropology: Cultural Perspective*. Maryland, USA: John Wiley and Sons.
- Stanton, W., Walker, B., & Etzel, M. (2007). *Fundamentos de Marketing* (14 ed.). Mexico DF, Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- Turismo, I., & Promperú. (2017). *Perfil del vacacionista extranjero que viene al Perú y visita Restaurantes con shows folklóricos (andino o criollo) - 2017*. Lima. Obtenido de <https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Vacacionista%20extranjero%20que%20asisti%C3%B3%20a%20restaurantes%20con%20shows%20folkl%C3%B3ricos&url=/Uploads/infografias/1051/ShowFolklorico2017.pdf&nombObjeto=Infograf%C3%ADas&back=/Tu>
- Tylor, E. B. (1977). *Cultura primitiva, 1. Los orígenes de la cultura*. Madrid: Ayuso.
- UNESCO. (1982). *Declaración de México sobre las Políticas Culturales - Conferencia Mundial sobre las políticas culturales*. Mexico. Obtenido de <https://ich.unesco.org/es/1982-2000-00309#1982-mondiacult-mexico>
- UNESCO. (17 de octubre de 2003). Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial. Paris, Francia: UNESCO. Recuperado el 2018, de [http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL\\_ID=17716&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=17716&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)
- UNESCO. (2009). *¿Qué es el patrimonio inmaterial?* Mexico. Recuperado el 2018, de <https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>
- Urbano de Carvalho, H. O. (enero de 2000). Patrimonio y modernidad. (I. d. Porres, Ed.) *Turismo y Patrimonio*(1), 13-25. Recuperado el 2018
- USMP. (2016). *Manual para la elaboración de tesis y los trabajos de Investigación*. Universidad San Martín de Porres.

## ANEXO N° 1

### Ficha Modelo para la Observación Participante

Objetivos a evaluar	Indicadores	Compañía Folklórica "2 de Enero" de Santiago León de Chongos Bajo (2 de Enero de Chongos Bajo)	Escuela de Huaylarsh "Financista de Viques"	Institución cultural "Alianza Huamanmarca"	CIA "Sentimiento Wanka"	A C "Barrio Andino de Huacrapuquio"
Vestuario						
Expresión de mensaje						
Coreografía						
Armonía rítmica						

**Fuente: Elaboración propia, 2018.**

### Ficha Modelo para la Observación Participante Compilada

Objetivos a evaluar	Indicadores	Compañía Folklórica "2 de Enero" de Santiago León de Chongos Bajo (2 de Enero de Chongos Bajo)	Escuela de Huaylarsh "Financista de Viques"	Institución cultural "Alianza Huamanmarca"	CIA "Sentimiento Wanka"	A C "Barrio Andino de Huacrapuquio"
Vestuario	Autenticidad del vestuario del Huaylarsh, uso adecuado de las prendas y accesorios.	La compañía presenta un vestuario autentico (apegado a la tradición) y uso adecuado de las prendas.	Los danzantes de la escuela presentan un vestuario (es decir, apegado a la tradición).	Presentan un vestuario autentico (es decir, apegado a la tradición).	Los danzantes de la compañía presentan un vestuario original (es decir, prima la creatividad y la innovación del grupo).	Los danzantes de la asociación cultural presentan un vestuario original (es decir, prima la creatividad y la innovación del grupo).
Expresión de mensaje	Utilización de los lenguajes corporales, gestual, oral; representando la forma y el estilo, la calidad es grupal no individual.	Respeto la forma utilizando el lenguaje adecuado (guapeo).	El desarrollo de la danza expresa dominio. Utilizan el lenguaje adecuado (guapeo).	Los integrantes demuestran dominio del lenguaje corporal. Se observa trabajo grupal (todos son uno).	Los integrantes presentan un buen lenguaje corporal y gestual.	Los integrantes presentaron con buena expresión su Huaylarsh.
Coreografía	Limpieza en la coreografía y las figuras.	Coreografía impecable y figuras limpias.	Los danzantes representan su coreografía y sus figuras son limpias.	Los danzantes representan su coreografía y sus figuras son limpias.	Los danzantes representan su coreografía, la cual es diversa y sus figuras son limpias.	Los danzantes representan su coreografía con fuerza y sus figuras son limpias.
Armonía rítmica	Sincronización de pasos y movimientos.	Los danzantes demuestran pasos y movimientos sincronizados.	Todos los integrantes tenían dominio de los pasos, estaban sincronizados.	Dominio de la sincronización de los pasos.	La compañía sincroniza los pasos y las figuras.	El grupo demuestra estar sincronizados.

**Fuente: Elaboración propia, 2018.**



## ANEXO N° 2

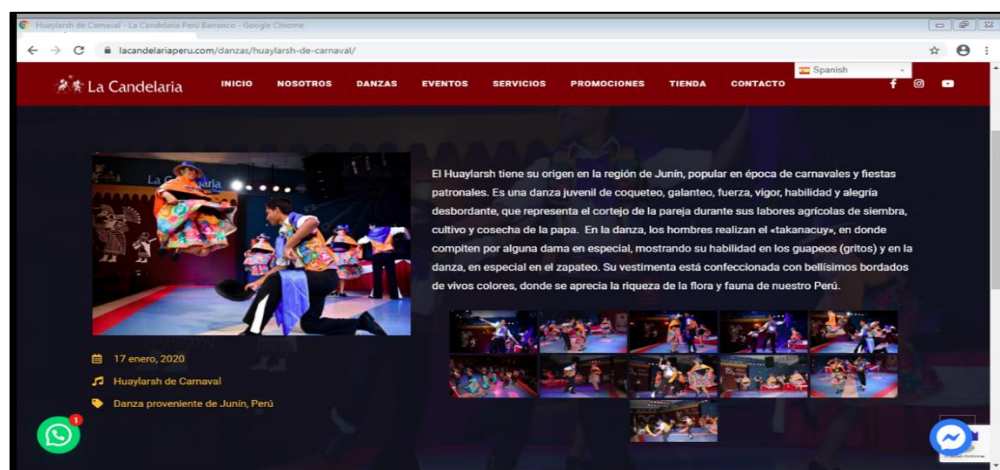
Fotos de las páginas web, blogs de organizaciones, instituciones, asociaciones y promotores culturales de la danza el Huaylarsh.

Figura N° 15: Captura de pantalla de la página web de la Asociación Cultural Brisas del Titicaca



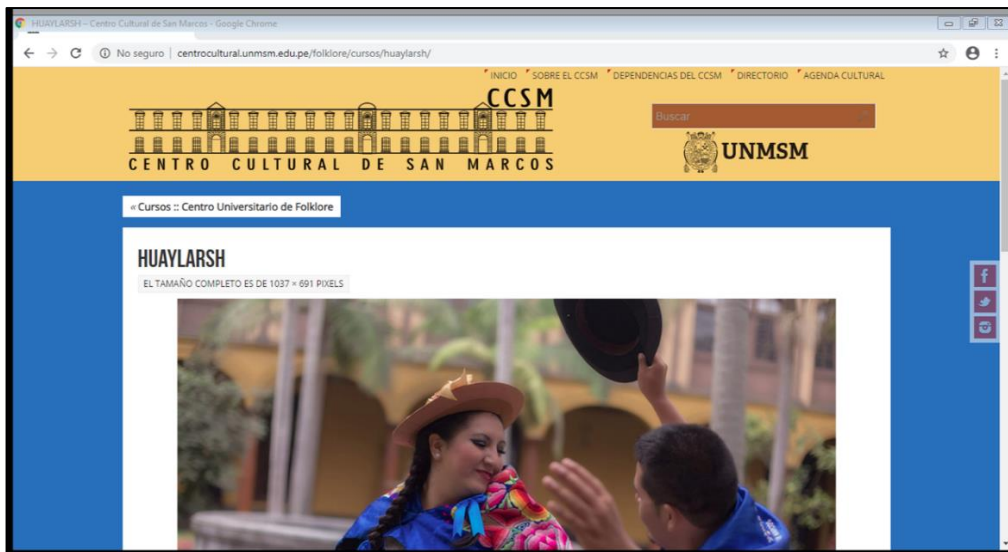
Fuente: <http://www.brisasdeltiticaca.com/talleres>, recuperado en 2019.

Figura N° 16: Captura de pantalla de la página web de la peña La Candelaria



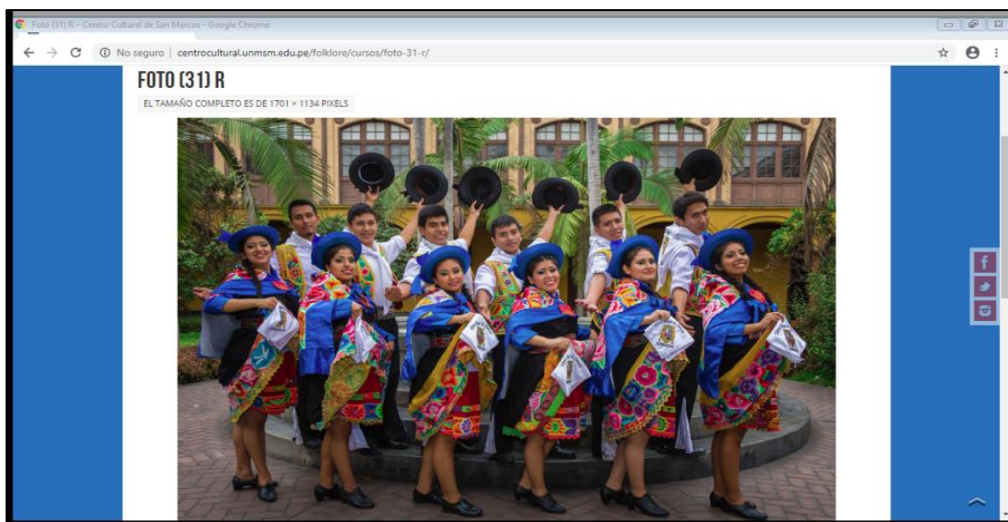
Fuente: <https://www.lacandelariaperu.com/danzas/huaylarsh-de-carnaval/>, recuperado en 2019.

Figura N° 17: Captura de pantalla de la página web del Centro Cultural de San Marcos



Fuente: <http://centrocultural.unmsm.edu.pe/folklore/cursos/huaylarsh/>, recuperado en 2019.

Figura N° 18: Captura de pantalla de la página web del Centro Cultural de San Marcos



Fuente: <http://centrocultural.unmsm.edu.pe/folklore/cursos/foto-31-r/>, recuperado en 2019.

Figura N° 19: Captura de pantalla de la página web de Wanka



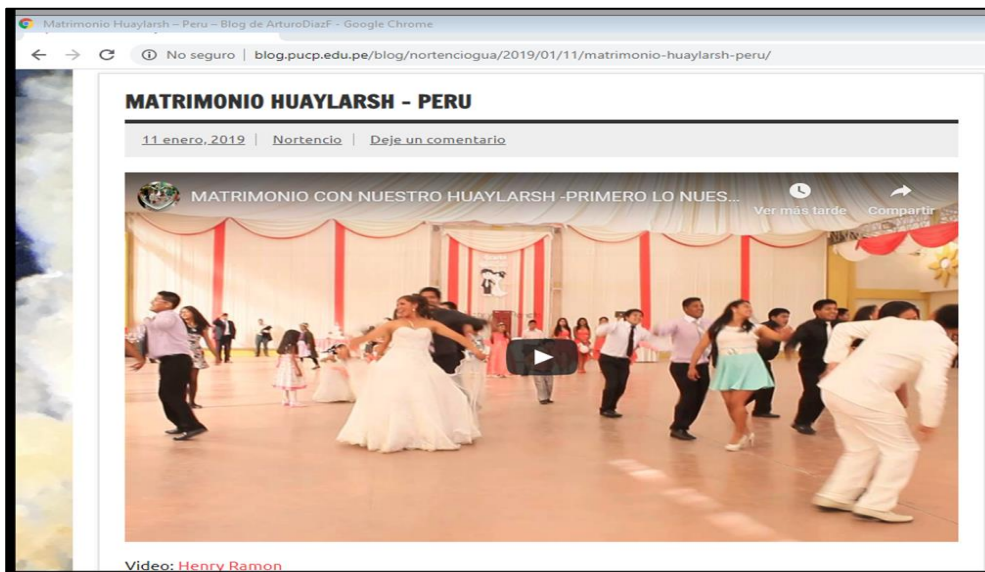
Fuente: <http://wanka.pe/conoce-las-6-exposiciones-culturales-declaradas-patrimonio-inmaterial-huancayo/>, recuperado en 2019.

Figura N° 20: Captura de pantalla de la página web INFOARTES



Fuente: <https://www.infoartes.pe/funcion-gratuita-del-espectaculo-colores-de-la-memoria-en-el-teatro-municipal-de-lima/>, recuperado en 2018.

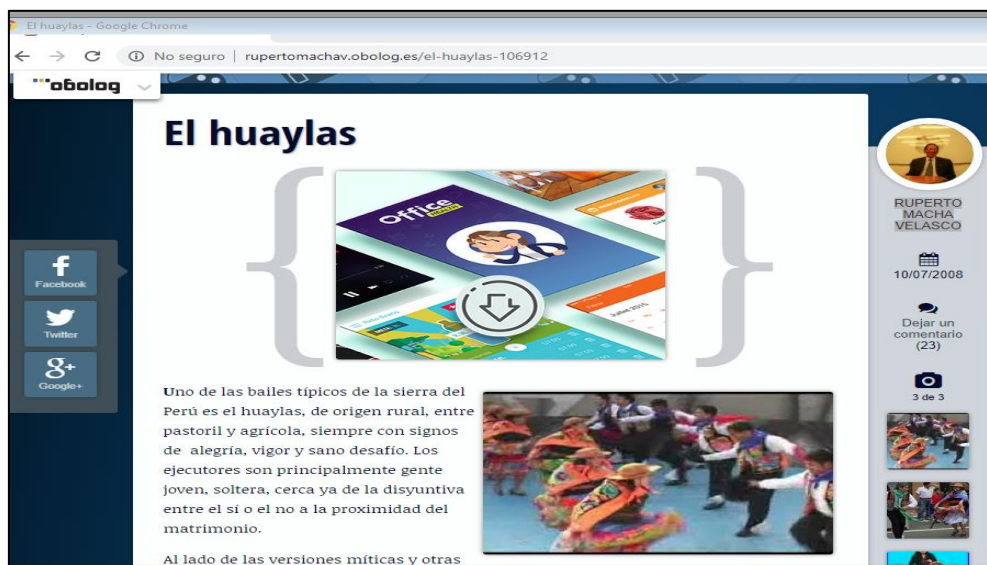
Figura N° 21: Captura de pantalla del Blog de la PUCP



Fuente: <http://blog.pucp.edu.pe/blog/nortenciogua/2019/01/11/matrimonio-huaylarsh-peru/>, recuperado en 2019.

Figura N° 22: Captura de pantalla del Blog de Ruperto Macha Velasco.

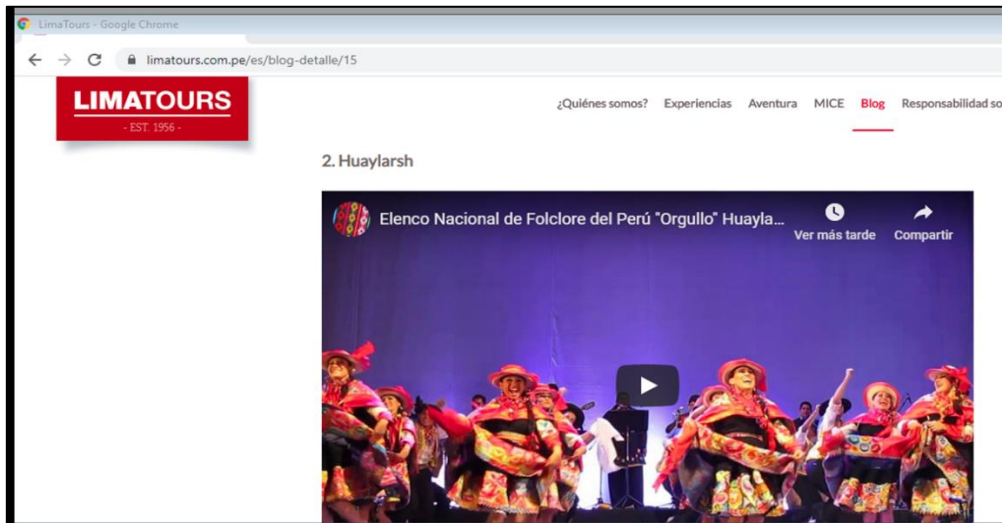
Perú: literatura y arte.



Fuente: <http://rupertomachav.obolog.es/el-huaylas-106912>, recuperado en 2018.



Figura N° 23: Captura de pantalla del Blog de LIMATOURS



Fuente: <https://www.limatours.com.pe/es/blog-detalle/15>, recuperado en 2018.

Figura N° 24: Captura de pantalla del Blog de alesagitario1995. Danzas Perú

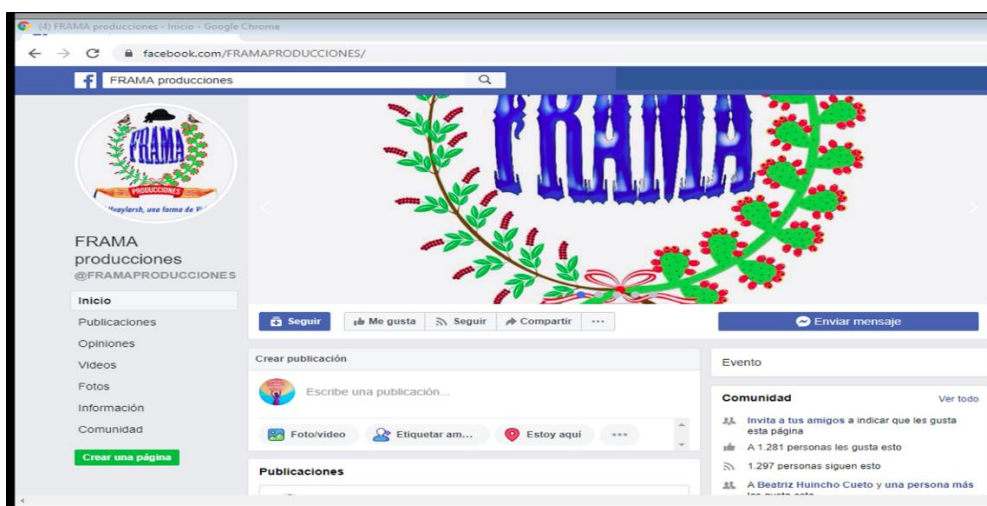


Fuente: <https://alesagitario1995.wixsite.com/misitio/blog/diferencias-entre-huaylas-antiguo-y-moderno>, recuperado en 2018.

### ANEXO N° 3

Fotos de las Fanpages y páginas personales de Facebook de organizaciones, instituciones, asociaciones que promueven la danza el Huaylarsh.

Figura N° 25: Captura de pantalla del Fanpage de Frama Producciones



Fuente: <https://www.facebook.com/FRAMAPRODUCCIONES/>, recuperado en 2020.

Figura N° 26: Captura de pantalla de la página de Financista de Viques



Fuente: <https://www.facebook.com/financista.viques>, recuperado en 2018.

Figura N° 27: Captura de pantalla del Fanpage de la Compañía Folklórica 2 de Enero de Santiago León de Chongos Bajo



Fuente: [https://www.facebook.com/2deEneroChongosBajo/?\\_\\_tn\\_\\_=%2Cd%2CP-R&eid=ARA2EVWCRNawhaw90gV5cFAAonFY75n8\\_38PcuHa7bje70zs9w84Egal8LS0-plVXKzvCpbuVCuf52YD](https://www.facebook.com/2deEneroChongosBajo/?__tn__=%2Cd%2CP-R&eid=ARA2EVWCRNawhaw90gV5cFAAonFY75n8_38PcuHa7bje70zs9w84Egal8LS0-plVXKzvCpbuVCuf52YD), recuperado en 2019.

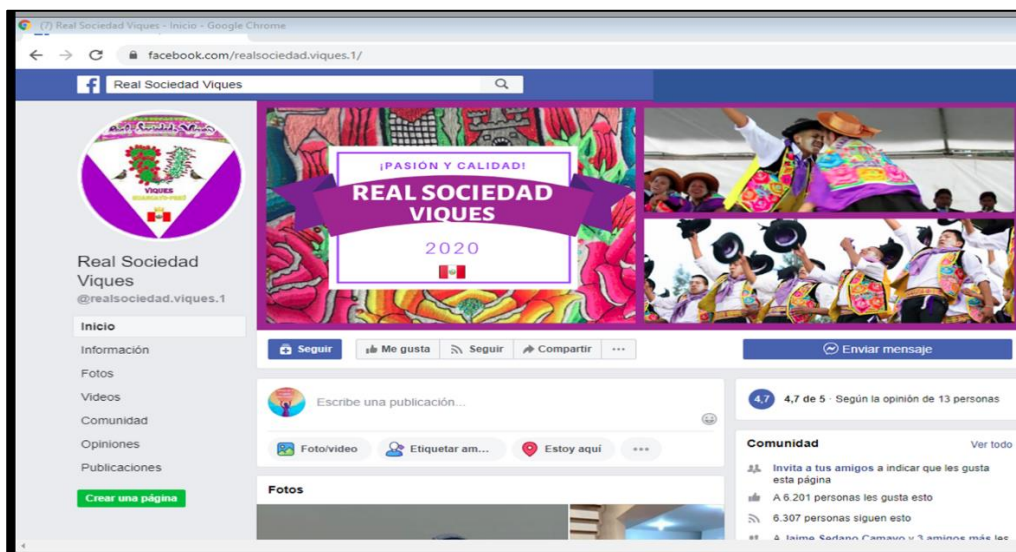
Figura N° 28: Captura de pantalla de la página del Conjunto de Huaylarsh Moderno Alianza Breña



Fuente: <https://www.facebook.com/alianza.brena.9>, recuperado en 2019.



Figura N° 29: Captura de pantalla del Fanpage de Real Sociedad Viques



Fuente: <https://www.facebook.com/realsociedad.viques.1/>, recuperado en 2020.

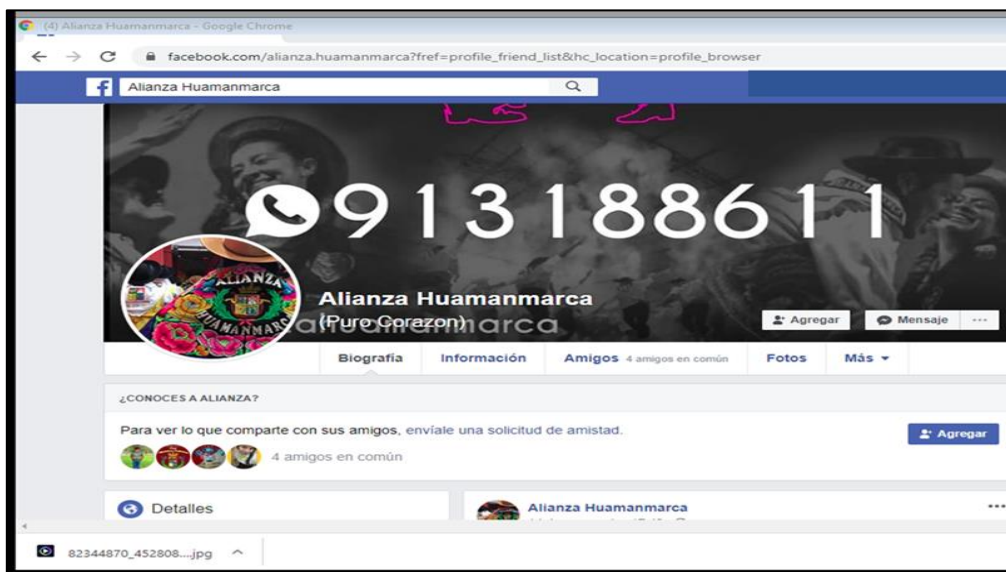
Figura N° 30: Captura de pantalla de la página de la A C Barrio Andino de Huacrapuquio



Fuente: [https://www.facebook.com/profile.php?id=100008332504565&\\_\\_tn\\_\\_=%2CdK-R-R&eid=ARAsFA5aK5Udbxzx6krvnDDY1FCW5cEdR5QOB1cmWIXPelMwYXNJlJ2T-cNMStbkWSKRGiqBEAho2&fref=mentions](https://www.facebook.com/profile.php?id=100008332504565&__tn__=%2CdK-R-R&eid=ARAsFA5aK5Udbxzx6krvnDDY1FCW5cEdR5QOB1cmWIXPelMwYXNJlJ2T-cNMStbkWSKRGiqBEAho2&fref=mentions), recuperado en 2019.



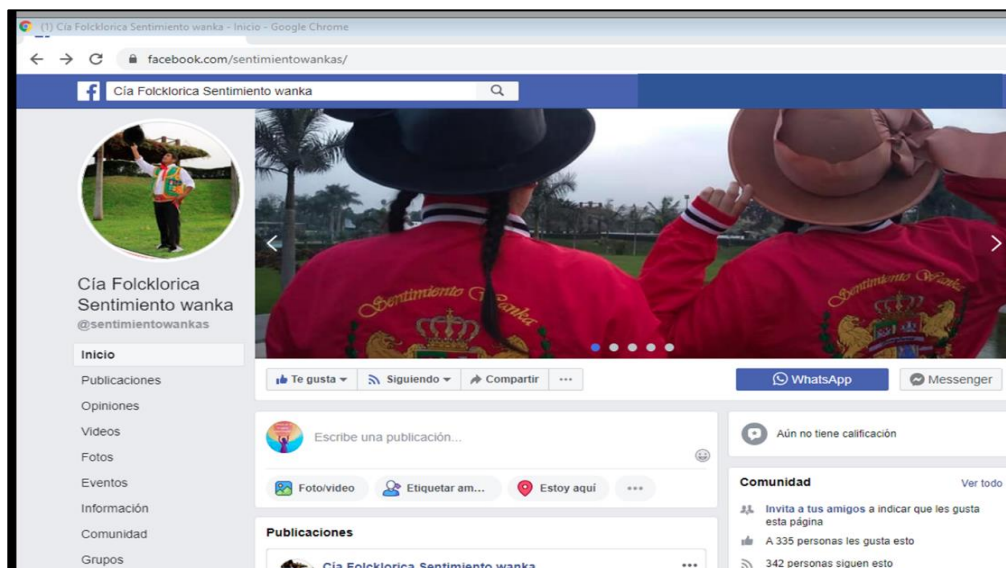
Figura N° 31: Captura de pantalla de la página Institución Cultural Alianza Huamanmarca.



Fuente:

[https://www.facebook.com/alianza.huamanmarca?fref=profile\\_friend\\_list&hc\\_location=profile\\_browser](https://www.facebook.com/alianza.huamanmarca?fref=profile_friend_list&hc_location=profile_browser), recuperado en 2019.

Figura N° 32: Captura de pantalla de Fanpage CIA Sentimiento Wanka



Fuente: <https://www.facebook.com/sentimientowankas/>, recuperado en 2019.

Figura N° 33: Captura de pantalla de la página Los Ángeles Virgen de Lourdes del Cerrito de La Libertad



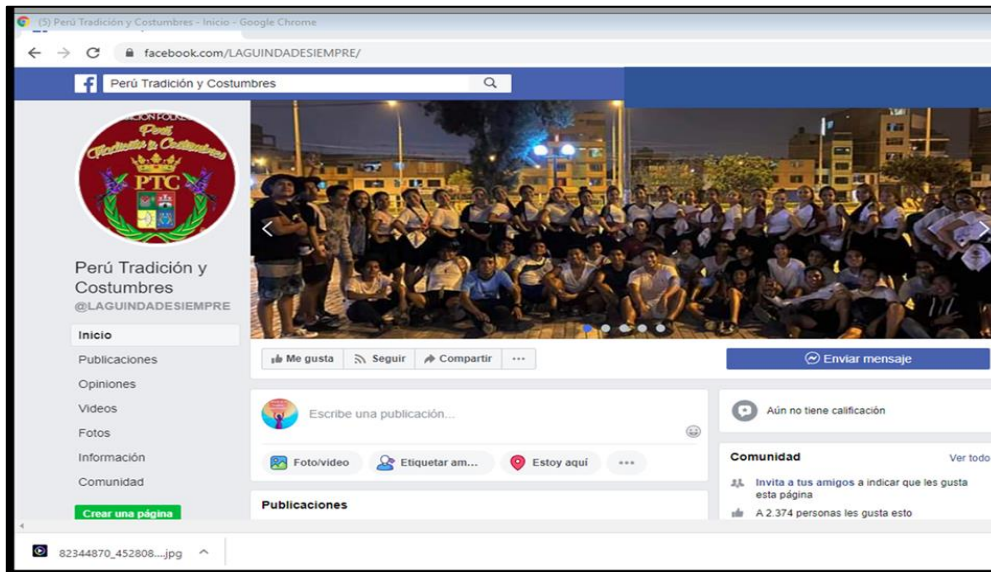
Fuente: <https://www.facebook.com/losangelesvirgendellourdes.delcerritodelalibertad>, recuperado en 2019.

Figura N° 34: Captura de pantalla de la página S.F. Cruz de Mayo Saños Chico



Fuente: <https://www.facebook.com/cruzemayo.sanoschico>, recuperado en 2019.

Figura N° 35: Captura de pantalla del Fanpage Perú Tradición y Costumbres



Fuente: <https://www.facebook.com/LAGUINDADESIEMPRE/>, recuperado en 2019.

## ANEXO N° 4

Fotos de las de Páginas personales de Facebook de personas que a título personal promueven la danza el Huaylarsh.

Figura N° 36: Captura de pantalla de la página personal de Jaime Sedano Camayo



Fuente: [https://www.facebook.com/profile.php?id=100005216444946&fref=search&\\_\\_tn\\_\\_=%2Cd%2CP-R&eid=ARAKon5W70hRVMJWODb8Ky5Zh7llr6t1Jm7VpaRd83Udn2bmgnHyM2sCS7RCQwJvHRhBFQ7ZQLTRf](https://www.facebook.com/profile.php?id=100005216444946&fref=search&__tn__=%2Cd%2CP-R&eid=ARAKon5W70hRVMJWODb8Ky5Zh7llr6t1Jm7VpaRd83Udn2bmgnHyM2sCS7RCQwJvHRhBFQ7ZQLTRf), recuperado en 2020.

Figura N° 37: Captura de pantalla de la página personal de Wanca Walaśh Richard Gonzalo Limaymanta



Fuente: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100012577514549>, recuperado en 2020.

Figura N° 38: Captura de pantalla de la página personal de Oscar Rojas de la Torre



Fuente: <https://www.facebook.com/oscar.rojasdelatorre.1>, recuperado en 2019.

Figura N° 39: Captura de pantalla de la página personal de Kiko Astete López



Fuente: <https://www.facebook.com/kiko.astetelopez>, recuperado en 2019.



Figura N° 40: Captura de pantalla de la página personal de Lucio Donato Hidalgo Fabián



Fuente: <https://www.facebook.com/sisaryhs>, recuperado en 2020.

