



# UNIVERSIDAD DE DEUSTO INSTITUTO DE ESTUDIOS DE OCIO

Doctorado en Ocio, Cultura y Comunicación  
para el Desarrollo Humano

## **PAPEL DEL MECENAZGO EN LA GESTIÓN DE OCIO VALIOSO EN UN BARRIO DEPRIMIDO**



CASO: CIUDAD COLONIAL DE SANTO DOMINGO DE GUZMÁN, RD.

Luis Alberto Rodríguez Santos

España/Bilbao/2018





# UNIVERSIDAD DE DEUSTO INSTITUTO DE ESTUDIOS DE OCIO

Doctorado en Ocio, Cultura y Comunicación  
para el Desarrollo Humano

## **PAPEL DEL MECENAZGO EN LA GESTIÓN DE OCIO VALIOSO EN UN BARRIO DEPRIMIDO**

CASO: CIUDAD COLONIAL SANTO DOMINGO DE GUZMÁN, RD.

TESIS DOCTORAL PRESENTADA POR:  
Luis Alberto Rodríguez Santos

CO-DIRECTORA DE TESIS

Dra. Yolanda Lázaro Fernández

DIRECTORA DE TESIS

Dra. María Luisa Amigo Fernández de Arroyabe



Diseño de cubierta:  
Doctorando de la tesis,  
[1458lars@gmail.com](mailto:1458lars@gmail.com)

Montaje fotográfico  
Calle las Atarazanas y  
Calle Arzobispo Meriño  
Escultura monumental de:  
Fray Antón de Montesino

*Esta obra está  
bajo una licencia de  
Creative Commons.*



- *Reconocimiento*
- *No Comercial-*
- *Compartir.*

*Al Supremo Creador  
de todo lo bueno,  
visible e invisible  
de este mundo.*





*Iris*  
*Luical*  
*Andrius*  
*Ianfī*  
*mis seres*  
*amados...*





*...les dedico  
este esfuerzo  
transformado  
en aventura.  
Ustedes ya saben  
el porqué.*

## *Agradecimientos*

*Desde estas líneas quiero expresar mi más sincera gratitud a todos aquellos que durante estos últimos cuatro años estuvieron motivándome en cada momento, sobre todo, cuando esa voz interna te dice: “deja esa... \*√@;#4.ñ..?”, pero, aparecen personas como si fueran enviados por “el Dios de las tesis” y nos hacen ver que sí vale el esfuerzo.*

*Mi reconocimiento a mis directoras de tesis, **María Luisa Amigo**, por su calidad de ser humano y su invaluable ayuda en las reorientaciones y correcciones. A **Yolanda Lázaro Fernández**, por su atención y puntualización en detalles de los protocolos de exposición de esta investigación. A **Manuel Cuenca y Jaime Cuenca** quienes me brindaron una gran ayuda al inicio de esta investigación. Las indicaciones y críticas constructivas fueron orientadoras para encauzar el rumbo de este trabajo, cuando parecía perderse y sobre todo por la libertad que me dieron en la toma de decisiones. Muchas gracias por apoyar mis ideas y escucharme siempre que lo requerí. Asimismo, agradezco al personal del **Instituto de Estudios de Ocio** con quienes tuve contacto y procuraron siempre orientarme. A la **Universidad de Deusto**, por acogerme en este programa y abrirme las puertas en esta aventura de aprendizaje.*

*Una mención colectiva y especial a las **personas de la Ciudad Colonial**, quienes participaron en el estudio; y a los gerentes de los **Centros Culturales**; al **Ministerio de Turismo**, al **Ministerio de Cultura** y al **Ayuntamiento del Distrito Nacional**, de la ciudad de Santo Domingo. Gracias en particular al **Centro Cultural de la Ciudad Colonial**, por recibirme y mostrar interés en el tema y en el progreso de la tesis. A la **Junta de Vecinos del Ciudad Colonial** y al **Clúster Turístico de Santo Domingo**, en la persona de los señores **Freddy Ginebra y Kin Sánchez**, quienes nos aportaron importantes datos e informaciones.*

*Quiero también agradecer por su apoyo y comprensión en la tarea de sacar adelante esta aventura investigativa, a mi compatriota **Rosmary Paulino** y a todos los **compañeros** que participaron en el programa doctoral, con quienes tuve la oportunidad de compartir tiempo de calidad y grandes aprendizajes.*

*No puedo dejar de reconocer a las instituciones que han sido parte de mi vida: a la **Universidad Autónoma de Santo Domingo (UASD)**, por haber facilitado la realización de la “Primera Mesa de Discusión sobre el Ocio en la Sociedad Dominicana”, cuyos resultados fueron muy fructíferos. A la **Mtra. Ana Bránagan**, en representación de los profesores de la Facultad de Artes de la UASD, por su apoyo.*

*A la **Universidad APEC (UNAPEC)**, por su interés en la propuesta y por reconocer la importancia de estudiar científicamente el ocio en la República Dominicana.*

*A la **Lic. Alma Mejía**, por su empeño, valiosa colaboración y por dedicar su tiempo para la lectura y correcciones de estilo, en la etapa final de este trabajo.*

*A mi esposa **Iris Santos de Rodríguez** y a mis hijos **Luis Carlos, Andrés Eduardo, Ian Felipe**, por su apoyo en esta aventura de aprender a poner nombre a situaciones vividas y a descubrir en complicidad otros mundos.*

*A aquellas personas que con sus opiniones e interferencias afianzaron mi enfoque y de acuerdo a sus diversas posiciones, colaboraron en la visualización de algunos puntos, lo cual fortaleció el aprendizaje.*

*Para todos, este producto fruto de muchos días de verme en el espejo de la vida.*

**Luis Alberto Rodríguez Santos**

*1 de septiembre del 2018*

# ÍNDICE



## ÍNDICE GENERAL

• RESUMEN .....	.IX
-----------------	-----

### INTRODUCCIÓN

I.- DELIMITACIÓN DEL TEMA.....	.3
II.- JUSTIFICACIÓN .....	.7
III.- HIPÓTESIS DE PARTIDA .....	.10
IV.- OBJETIVOS.....	.10
V.- METODOLOGÍA.....	.12
VI.- ESTRUCTURA DE LA TESIS.....	.19

## PRIMERA PARTE

### MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

#### CAPÍTULO I

##### OCIO VALIOSO COMO DESARROLLO PERSONAL Y COMUNITARIO

❖ PREÁMBULO.....	25
1.1.- DESARROLLO DEL OCIO VALIOSO EN LA SOCIEDAD GLOBAL.....	28
1.1.1.- Puntualizaciones sobre el desarrollo del Ocio.....	29
I.- Conceptualización del ocio como fenómeno inherente al bienestar humano ..	29
II.- La resignificación del Ocio Clásico al Ocio Humanista.....	31
III.- Fin de la Primera Ola y preocupación por el fenómeno del Ocio Moderno. . .	33
1.1.2.- Del Renacer del Ocio Clásico al Ocio Contemporáneo.....	35
I.- Autores que enfocaron el renacimiento del ocio clásico en el siglo xx. ....	37
II.- Autores notables que enfocaron el desarrollo del ocio del siglo xx. ....	42
1.1.3.- Nuevos horizontes del ocio en la era de la información.....	47
1.1.4.- Ocio en Latinoamérica y el Caribe.....	53
1.2.- HACIA UNA ENSEÑANZA DEL OCIO EN EL CARIBE ANTILLANO.....	56
1.2.1.- Definiciones que coadyuvan en la educación del ocio .....	56
I.- Coordenadas del Ocio.....	58
II.- Dimensiones y Vertientes del Ocio.....	61
III.- Definición de Educación.....	67
IV.- Definición de Educación del Ocio.....	68
1.3.- PATROCINIO PARA EL DESARROLLO CULTURAL DE COMUNIDADES POBRES.....	74
1.4.- RETOS PARA FORTALECER EL MECENAZGO EN REPÚBLICA DOMINICANA .....	77
1.4.1.- Papel del Estado en el Patrocinio Cultural .....	79

<b>1.4.2.- Sector Privado y Patrocino Cultural.</b> . . . . .	80
• <b>MARKETING SOCIAL UNA VERDADERA RESPONSABILIDAD CON LA SOCIEDAD.</b> . . . . .	82
<b>1.4.3.- Trabajo mancomunado para promover Patrocino Cultural.</b> . . . . .	83
<b>1.4.4.- Necesidad e importancia de la Ley de Patrocino Cultural.</b> . . . . .	86
• <b>UN PUNTO DE PARTIDA PARA EL PATROCINIO CULTURAL ESTATAL.</b> . . . . .	86
• <b>LEYES QUE SUPLEN LA INSUFICIENCIA DE UNA REGULACION DEL PATROCINIO CULTURAL.</b> . . . . .	88
• <b>FUNDACIONES SIN FINES DE LUCRO Y ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES.</b> . . . . .	90
• <b>UNA LEY DE MECENAZGO O PATROCINIO CULTURAL ESTANCADA.</b> . . . . .	96
• <b>OBSERVACIONES AL PROYECTO DE LEY DE PATROCINIO CULTURAL.</b> . . . . .	101
<b>1.5.- SÍNTESIS DEL CAPÍTULO I</b> . . . . .	102

## **CAPÍTULO II**

### **CONCEPTO Y CATEGORIZACIÓN DEL MECENAZGO CULTURAL**

❖ <b>PREÁMBULO.</b> . . . . .	113
<b>2.1.- CATEGORIZACIÓN DE LA RELACIÓN MECENAZGO, PATROCINIO Y OCIO.</b> . . . .	115
<b>2.1.1.- Origen de la práctica del mecenazgo.</b> . . . . .	116
<i>I.- Búsqueda de la definición de patrocino cultural.</i> . . . . .	117
A) <i>CARIDAD, FILANTROPIA Y MECENAZGO.</i> . . . . .	118
B) <i>PATROCINIO, ENDOSO, MICROMECENAZGO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.</i> . . . . .	124
<b>2.1.2.- Hacia una posible propuesta de clasificación del patrocino.</b> . . . . .	129
<i>I.- Importancia de la regulación legal sobre patrocino cultural.</i> . . . . .	135
<b>2.2.- MECENAZGO EN EL DESARROLLO PERSONAL Y COMUNAL.</b> . . . . .	137
<b>2.2.1.- El mecenazgo como catalizador de bienestar.</b> . . . . .	139
A) <i>PRIMER ESTUDIO: ÍNDICE DE EXPERIENCIA POSITIVA EN EL MUNDO.</i> . . . . .	140
B) <i>SEGUNDO ESTUDIO: ÍNDICE DEL PLANETA FELIZ.</i> . . . . .	142
C) <i>TERCER ESTUDIO: ÍNFORME MUNDIAL SOBRE FELICIDAD.</i> . . . . .	144
D) <i>VISIÓN DE CONJUNTO DE LOS RESULTADOS DE LOS TRES ESTUDIOS SOBRE BIENESTAR Y FELICIDAD.</i> . . . . .	147
<b>2.2.2.- Papel de las Industrias Culturales y Creativas en la viabilidad del ocio.</b> . . . .	151
A) <i>PRIMER ESTUDIO: ENCUESTA LATINOAMERICANA DE PRÁCTICAS CULTURALES.</i> . . . . .	156
B) <i>SEGUNDO ESTUDIO: ENCUESTA NACIONAL DE CONSUMO CULTURAL DE REPÚBLICA DOMINICANA.</i> . . . .	157
C) <i>TERCER ESTUDIO: COMPARACIÓN DE PRÁCTICAS DE OCIO EN COMUNIDADES UNIVERSITARIAS.</i> . . . .	158
D) <i>VISIÓN DE CONJUNTO DE LOS RESULTADOS DE LOS TRES ESTUDIOS SOBRE CONSUMO CULTURAL.</i> . . . . .	159
<b>2.2.3.- Ideas para fortalecer el consumo cultural a través del patrocino.</b> . . . . .	162
<b>2.2.4.- Una marca país vinculada con el ocio necesidad de ocio en el país</b> . . . . .	170
<i>I.- Marca País, Ocio, Educación y Negocio.</i> . . . . .	170
<i>II.- Educación glocal para fortalecer una marca país global.</i> . . . . .	172
<b>2.4.- SÍNTESIS DEL CAPÍTULO II</b> . . . . .	175

## CAPÍTULO III

## CONTEXTO Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

❖	<b>PREÁMBULO</b> .....	185
	<b>3.1.- PLAN DE RESCATE DE LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO</b> .....	187
	<b>3.2.- MAPA DE LA POBREZA EN LA REPÚBLICA DOMINICANA</b> .....	189
	<b>3.2.1.- Reseña de momentos de la historia dominicana</b> .....	189
	• SERIE DE EVENTOS QUE MARCAN MOMENTOS CRÍTICOS EN LA REPÚBLICA DOMINICANA.....	190
	<b>3.2.2.- ¿Cuán pobre es la ciudad de Santo Domingo de Guzmán?</b> .....	195
	<b>3.2.3.- ¿Cuán pobre es el Distrito Nacional y la Ciudad Colonial?</b> .....	196
	• POBLACIÓN Y VIVIENDA EN LA CIUDAD COLONIAL (CC) (ZONA COLONIAL, ZC).....	197
	<b>3.3.- SANTO DOMINGO DE GUZMÁN CIUDAD RESCATADA PARA EL OCIO</b> .....	199
	• PROYECCIÓN DEL PLAN PARA EL SALVAMENTO DE LA ZONA COLONIAL.....	201
	<b>3.3.1.- Ubicación de la zona objeto de estudio</b> .....	203
	<b>3.3.2.- Demografía del Sector</b> .....	205
	<b>3.3.3.- Psicografía General de la Población</b> .....	207
	<b>3.4.- LOS ESPACIOS DE OCIO EN LA CIUDAD PRIMADA DE AMÉRICA</b> .....	208
	I. - CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA EN LA CIUDAD COLONIAL (CPV-CC).....	209
	II. - ENCUESTA TURÍSTICA EN PUERTOS AÉROS Y MARÍTIMOS (ETPAM).....	210
	III. - INFORME DEL OBSERVATORIO TURÍSTICO DE LA CIUDAD COLONIAL (IOT-CC).....	211
	<b>3.5.- MÉTODO PARA ESTUDIAR LA ZONA ESCOGIDA</b> .....	217
	<b>3.5.1.- Información secundaria</b> .....	217
	<b>3.5.2.- Información primaria</b> .....	217
	<b>3.6.- DISEÑO DE LOS INSTRUMENTOS</b> .....	217
	• PRIMER INSTRUMENTO (GUÍA DE OBSERVACIÓN EN LA WEB).....	218
	• SEGUNDO INSTRUMENTO (GRUPO FOCAL DE DOCENTES-INVESTIGADORES).....	218
	• TERCER INSTRUMENTO (ENTREVISTAS A TESTIGOS PRIVILEGIADOS).....	219
	• CUARTO INSTRUMENTO (ENCUESTA ESTRUCTURADA A LA POBLACIÓN AFECTADA).....	221
	<b>3.6.1.- Validación y Confiabilidad de los instrumentos</b> .....	222
	<b>3.7.- PROCEDIMIENTO Y APLICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS</b> .....	223
	<b>3.7.1.- Cómo se aplicó la guía de observación en la web</b> .....	223
	<b>3.7.2.- Cómo se aplicó el instrumento a los docentes-investigadores</b> .....	224
	<b>3.7.3.- Proceso de obtención de la muestra para hacer las entrevistas</b> .....	225
	<b>3.7.4.- Descripción general de la conformación y ejecución de la encuesta</b> .....	232
	<b>3.8.- SÍNTESIS DEL CAPÍTULO III</b> .....	234

**CAPÍTULO IV**  
**RECOLECCIÓN DE DATOS E INFORMACIONES PRIMARIAS**  
**OBTENIDAS EN EL CAMPO OBJETO DE ESTUDIO**

❖ <b>PREÁMBULO</b> .....	245
<b>4.1.- OBSERVACIÓN PREVIA AL ESTUDIO DE CAMPO.</b> .....	246
I.- INTITUCIONES VINCULADAS A LAS INDUSTRIAS CULTURALES. ....	246
II.- ENTIDADES COLABORADORAS DEL OBSERVATORIO TURÍSTICO DE SANTO DOMINGO. ....	246
<b>4.2.- INFORMACIONES ENCONTRADAS A TRAVÉS DE LAS GUÍA DE OBSERVACIÓN EN LA WEB.</b> .....	247
I.- PRINCIPALES ESPACIOS DE ALOJAMIENTO CERCANO A LA CC-SD. ....	247
II.- ESPACIOS PARA COMER, TOMAR Y COMPARTIR EN LA CC-SD ZC. ....	248
III.- LUGARES PARA VISITAR, PASEAR Y COMPRAR EN LA CC-SD . ....	250
<b>4.2.1.- Informaciones trascendentes obtenidas mediante la guía de observación</b> .....	252
<b>4.3.- INFORMACIONES OBTENIDAS MEDIANTE UN GRUPO FOCAL.</b> .....	253
<b>4.3.1.- Informaciones generales obtenidas mediante las entrevistas al grupo focal.</b> .....	260
<b>4.4.- INFORMACIONES ENCONTRADAS A TRAVÉS DE LAS ENTREVISTAS.</b> .....	262
<b>4.4.1.- Testigos privilegiados representantes de las instituciones más vinculados con la Ciudad Colonial de Santo Domingo.</b> .....	268
<b>4.4.2.- Informaciones obtenidas mediante las entrevistas a los testigos privilegiados.</b> .....	278
<b>4.5.- INFORMACIONES ENCONTRADAS A TRAVÉS DE LAS ENCUESTAS.</b> .....	279
<b>4.5.1.- Informaciones trascendentes obtenidas a través de las encuestas a los habitantes de la zona.</b> .....	287
<b>4.6.- SÍNTESIS DEL CAPÍTULO IV</b> .....	288

**TERCERA PARTE**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

**CAPÍTULO V**

**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE LA INVESTIGACIÓN**

❖ PREÁMBULO.....	297
<b>5.1.- RELACIÓN DE LOS EJES CONCEPTUALES, LA CAPITULACIÓN Y OBJETIVOS.</b>	<b>298</b>
<b>5.1.1.- Ideas principales vinculadas a los Objetivo I y II</b> .....	<b>299</b>
• TRABAJO, OCIO, PENSADORES Y PRÁCTICAS CULTURALES. ....	300
• OCIO Y EDUCACIÓN, DESARROLLO HUMANO Y LEY DE PATROCINIO CULTURAL. ....	301
• EVOLUCIÓN DEL MECENAZGO HACIA A UNA PROPUESTA DE CLASIFICACIÓN DEL PATROCINIO. ....	302
• BIENESTAR A TRAVÉS DE LAS “ICC” CON EL PATROCINIO CULTURA. ....	303
• DESAFÍO DE CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIAS DEL OCIO EN EL CARIBE INSULAR. ....	304
<b>5.1.2.- Ideas principales vinculadas a los Objetivo III y IV.</b> .....	<b>306</b>
• NECESIDADES DE PATROCINIO PARA EL DESARROLLO DE COMUNIDADES DEPRIMIDAS. ....	307
• SELECCIÓN DE LA ZONA PARA HACER EL ESTUDIO DE CAMPO. ....	309
• LOS ESPACIOS DE OCIO EN LA CIUDAD PRIMADA DE AMÉRICA. ....	310
• INFORMACIONES ENCONTRAS EN LA WEB. ....	311
• INFORMACIONES OBTENIDAS MEDIANTE UN GRUPO FOCAL. ....	313
• INFORMACIONES ENCONTRADAS A TRAVÉS DE LAS ENTREVISTAS A TESTIGOS PRIVILEGIADOS. .	314
• INFORMACIONES ENCONTRADAS A TRAVÉS DE LAS ENCUESTAS A LOS HABITANTES DE LA ZONA	317
<b>5.3.- RECOMENDACIONES.</b> .....	<b>320</b>
<b>5.3.1.- Recomendaciones a corto plazo.</b> .....	<b>320</b>
<b>5.3.2.- Recomendaciones a mediano plazo.</b> .....	<b>321</b>
<b>5.3.3.- Recomendaciones a largo plazo.</b> .....	<b>322</b>
<b>5.4.- IDEAS PARA UNA PROPUESTA.</b> .....	<b>323</b>
<b>5.4.1.- Sugerencias para una propuesta de educación.</b> .....	<b>324</b>
• INSTRUCCIONES FORMATIVAS. ....	324
• CERTIFICACIÓN TÉCNICA. ....	324
• FORMACIÓN PROFESIONAL. ....	325
<b>5.5.- LIMITACIONES DEL ESTUDIO.</b> .....	<b>326</b>
<b>5.6.- FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.</b> .....	<b>328</b>
<b>5.7.- PALABRAS DE CIERRE DEL CAPÍTULO V.</b> .....	<b>329</b>

❖	<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	331
	• LEYES DOMINICANAS VINCULADAS AL OBJETO DEL ESTUDIO.....	353
	• FUENTES DOCUMENTALES CLASIFICADAS POR MEDIO DE DIFUSIÓN.....	354
❖	<b>ANEXOS</b> .....	367
	I.- OBSERVACIONES AL PROYECTO DE LEY DE PATROCINIO CULTURAL DECÁLOGO DEL OCIO.....	369
	II.- DECALOGO DEL OCIO.....	371
	IV.- ACTIVIDAD TURISTICA EN LA CIUDAD COLONIAL DE SANTO DOMINGO....	273
	V.- DESCRIPCIÓN GENERAL DE LOS TEMAS TRATADOS EN LA MESA PARA LA DISCUSIÓN DEL OCIO EN LA SOCIEDAD DOMINICANA.....	376
	VI.- MODELO DE ENCUESTA Y ENTREVISTA.....	379
❖	<b>ÍNDICE DE:</b> .....	387
	• INFOGRAFÍAS.....	389
	• LISTAS.....	389
	• MAPAS CONCEPTUALES.....	390
	• ANÁLISIS DESCRIPTIVO.....	390
	• TABLAS.....	391
	• GRÁFICOS.....	391
	• FOTOGRAFÍAS Y FOTOMONTAJES.....	392
❖	<b>ABREVIATURAS DE INSTITUCIONES MENCIONAS EN LA TESIS</b> .....	393

## RESUMEN

Sobre la Zona Colonial del primer asentamiento europeo en América se han hecho muchos estudios, pero al menos durante los últimos cinco años no se ha presentado uno que muestre las opiniones de las partes involucradas en este proyecto. En esta investigación se recogieron datos e informaciones sobre el desarrollo de los espacios de ocio cultural y el tipo de mecenazgo que se hace en el casco histórico. Las informaciones fueron encontradas en diferentes instituciones y fuentes documentales relacionadas con el patrocinio, las cuales no comparten datos entre sí, por la naturaleza de su conformación, por sus contextos y políticas de trabajo. Sus publicaciones son consistentes, pero se conoce muy poco el impacto que estos datos tienen sobre el desarrollo de la comunidad, incluyendo la población de la Zona, que no ven la magnitud de la inversión que se hace para mejorar su nivel de vida. Aun hoy, no se difunde el papel del ocio dentro de esta actividad económico-cultural.

Esta última inquietud nos impulsó a investigar cómo se sienten las personas que habitan y las que tienen empresas en la Ciudad Colonial, después que el Estado ha intervenido la zona. Saber cuán conscientes están los gobernantes de República Dominicana de que el mecenazgo, la filantropía y otros tipos de patrocinio se relacionan con el ocio turístico en todas sus variedades. Por eso nos propusimos clarificar la función del mecenazgo en el desarrollo de una zona poblacional deprimida, a través de un proyecto vinculado al ocio. Nuestra idea a defender fue demostrar que: Mientras más conocimientos se posee sobre los beneficios del ocio y con una apropiada distribución de los recursos, se tendrá una población más saludable, capaz de producir riqueza y generar felicidad a sus familiares, amigos y allegados.

Las conclusiones permitieron elaborar una propuesta que coincide con las iniciativas que se están implementando a través del Centro Comunitario de la Ciudad Colonial. Sin embargo, las recomendaciones emanadas de esta tesis sugieren que la solución debe ser más integral y trascendente. Por eso, proponemos un proyecto educativo que debe ser efectuado desde las universidades y los centros especializados que dan prioridad a las carreras que se relacionan con el ocio turístico en todas sus variedades; sobre todo, las ofertas que le dan prioridad a las artes, la cultura, la comunicación y los negocios vinculados con estas áreas, que trabajan por el mejoramiento de la comunidad y el bienestar de las personas. Así mismo se plantea que los comunitarios deben solicitar con vehemencia al Estado, la aprobación de todas las iniciativas tendentes a fortalecer el patrocinio cultural y la educación, para el buen uso del tiempo libre en prácticas de ocio valioso.



# **INTRODUCCIÓN**



**UBICACIÓN GEOGRÁFICA CIUDAD COLONIAL DE SANTO DOMINGO, REPÚBLICA DOMINICANA.**

Isla La Hispaniola, ubicada en América Central, Caribe Antillano, descubierta en 1492,

Comparte su territorio con la República de Haití. Al Norte, Islas Bermudas,  
al Sur, el Mar Caribe, al Este, Puerto Rico; al Oeste, Cuba.

INFOGRAFRAFÍA NO. 01. *(Ilustración propia, hecha a partir de fotografías suministradas por la NASA)*

## **I.- DELIMITACIÓN DEL TEMA**

En esta tesis se expone un tema de gran interés para el Caribe Antillano, tal como lo indica su título “Papel del mecenazgo en la gestión de ocio valioso en un barrio deprimido. Caso: Ciudad Colonial de Santo Domingo de Guzmán”. Esta investigación se desarrolla en el marco del rescate de los espacios historio-arquitectónicos con valor turístico, en un momento en que muchos de los dirigentes del país entienden en algún grado, el papel del ocio en la sociedad contemporánea, pero no así en un amplio sector de la población. En sentido general, la comunidad no está consciente de los beneficios que se desprenden de las buenas prácticas, del correcto uso del tiempo libre y las ofertas que hacen las Industrias Culturales y Creativas (ICC), desarrolladas en el ámbito del ocio, en la Zona Colonial de la ciudad. En este espacio histórico se valoran las actividades de patrocinio como acciones que nos ayudan a salir de la pobreza, o un patrocinio, que se viste de caridad, filantropía o mecenazgo, para brindar a los más necesitados una educación que les permitirá a todos, sin excepción, hacer prosperar sus talentos y sus capacidades de creación. Para esto es necesario que lo quieran hacer y se responsabilicen de sí mismos y decidan realizar su proyecto personal, lo que incluye entender el funcionamiento del ocio en la sociedad.

El fenómeno del ocio es muy amplio y entre las múltiples posibilidades que nos presenta, esta tesis se ocupa de analizar cómo el patrocinio a través del mecenazgo cultural ha estado revitalizando los espacios de ocio en la Ciudad Colonial de Santo Domingo. El Estado ha aportado grandes recursos económicos desde el año 1990 hasta la fecha. Esta tesis se enmarcó en la última intervención, cuya primera etapa comenzó en el año 2012 y se apresta a finalizar en el 2018, para iniciar la segunda (Villana, 2017). Los trabajos realizados en la Zona procuraron un reacondicionamiento de sus espacios y una llamada de integración de la comunidad al proyecto. Los recursos económicos para hacer este rescate fueron aportados por el Gobierno a través de un préstamo tomado al Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y una partida económica que aportaron las empresas privadas relacionadas con este sector de la ciudad. Dentro de las acciones implementadas se destacan, el acondicionamiento de sus espacios urbanísticos y sus atractivos turísticos, así como también, la facilitación de creación de nuevas industrias culturales vinculadas al ocio.

Estas acciones de mecenazgo combinadas entre el Estado y el sector privado han impactado a las personas y a la comunidad a nivel social y económico. Esta es la razón por la cual se estudia la percepción que tienen los ciudadanos de la Ciudad Colonial de Santo Domingo CC-SD de cómo esta intervención afecta a su comportamiento. Esta perspectiva

de análisis del ocio patrocinado por fondos mixtos ofrece una apertura para lograr experiencias de ocio libremente escogidas, satisfactorias y con un fin en sí mismas que, hasta el momento, no han sido examinadas con criterio científico. Por tal motivo a través de esta investigación, procuramos aportar una visión diferente a la temática donde se vinculan mecenazgo, ocio y políticas públicas. Entendiendo la realidad de la CC-SD, decidimos desde el principio considerar los espacios turísticos de ocio desde un punto de vista positivo, es decir, como entornos propicios para el aprendizaje y el disfrute de vivencias de ocio sustanciales que, más allá del mero consumo de productos y servicios de entretenimientos, permiten a los ciudadanos crecer y promover su desarrollo personal y comunitario, afirmación que ha sido resaltada por muchos de los autores que hemos consultado para esta tesis.

Hoy el “ocio se ha convertido junto a los valores postmateriales de las sociedades postmodernas, en uno de los aspectos que otorga color y sentido a la vida” (Monteagudo, 2008, p.9), razón por la cual se busca diversificar las ofertas culturales y de ocio en la CC-SD. Es aquí donde las Industrias Culturales y Creativas (ICC) y la educación tienen una gran relevancia para hacer comprensible la financiación del ocio a través del mecenazgo cultural y otros apoyos para el desarrollo del patrocinio y el bienestar público.

A dieciocho (18) años de comenzado este siglo, los esfuerzos para expandir la educación que cruzan fronteras geográficas y conocimientos culturales, llegan a otros países que no entienden, o no han comenzado a estudiar de manera científica la interrelación del ocio y el trabajo a través del tiempo. Sin embargo, sí se está difundiendo a través de varios ministerios y otras instancias, las prácticas vinculadas al fenómeno del ocio en la contemporaneidad; desde esas oficinas se promueven de manera indirecta y sin un conocimiento cierto, los beneficios que aporta el ocio para la población. Esto se hace más evidente en los países que conforman el Caribe Antillano, donde el ocio es visto y practicado de una manera un tanto diferente a como se hace en Europa. (Gomes y Elizalde, 2012).

El tema del ocio ha tomado más interés en los últimos cinco años a través de las ICC, en las que se incluyen el deporte, la recreación, el turismo, el disfrute estético a través de los espectáculos y otras manifestaciones vinculadas a la búsqueda del placer y bienestar, cuyas actividades abren posibilidades de empleos para los sectores que se vinculan con estas y que reportan a la Nación beneficios cuantificables en el Producto Interno Bruto (PIB). Esta es otra de las razones principales por la cual abordamos el tema de esta tesis.

**Planteamiento del Problema:** Los gobiernos de la región entienden cada vez más, que las Industrias del Ocio representan áreas a las que deben ponerle atención. Esto se aprecia en las leyes y regulaciones estatales que ayudan en la realización de esas actividades socioeconómicas, que en el caso de República Dominicana se encuentran en pleno funcionamiento, como, por ejemplo: La Ley de Cultura y Patrimonio, la Ley de Cine, la Ley de Turismo, las leyes que ayudan a las micro y medianas empresas, entre otras que promueven la regulación del uso de suelo, el tránsito y la seguridad de las personas en la ciudad. Otras se retrasan en su aprobación, por ejemplo: la Ley de Mecenazgo, que aún se encuentra en estudio en el Senado de la República Dominicana. Sin embargo, se hacen los estudios para reformular la Ley No. 108-10, para el Fomento de la Actividad Cinematográfica, aunque ha sido favorable para las industrias del entretenimiento, debe ser modificada para mejorar algunos vacíos legales. Entendidos en el campo cinematográfico afirman, que ya es tiempo de que como industria se analice este importante dispositivo legal, para saber cuánto se ha progresado y hacia dónde se debe encaminar. Pues, en la industria del cine, así como en el área cultural existen detractores, dentro y fuera del ámbito gubernamental. Yvette Marichal (2018) lo confirma al decir que, algunas personas hacen un mal uso de esos beneficios y no es bueno para el progreso de la industria del cine. En ese sentido, tenemos que educar a los interesados (DGCINE, 2018).

Por otro lado, se restringen los fondos destinados a promover la cultura, mientras que se le da importancia a la educación inicial, básica, intermedia y preuniversitaria, al asignar el cuatro por ciento (4%) en el Presupuesto de Ingresos y Ley de Gastos Públicos y el cinco por ciento (5%) a las universidades, lo cual ha sido una conquista de los ciudadanos. Sin embargo, este presupuesto nunca se ha ejecutado totalmente, ya que es manejado a discreción de los gobernantes de turno. Y es aquí donde surge una inquietud sobre la magnitud y tipo de empoderamiento que debe tener la población para exigir que se facilite el acceso a la educación, al trabajo y al ocio.

**Pregunta de investigación:** A partir de los planteamientos expuestos, que nos motivaron a enfocar el papel que debe tener el Estado en la gestión del Ocio Valioso para sus pobladores, nos surgió la siguiente interrogante: ¿Cuán conscientes están las autoridades gubernamentales de República Dominicana de que una ley de Mecenazgo Cultural ayuda a promover el ocio, en procura de mejorar la calidad de vida de la población, no solo en la crisis, sino también en todos los momentos de su diario vivir? Esta gran interrogante generó otras, que permitieron afinar el desarrollo de la investigación de esta tesis.

- 1.- ¿En qué medida podría una Ley de Mecenazgo ayudar a satisfacer la demanda de ocio en los barrios pobres de la ciudad capital de Santo Domingo?
- 2.- ¿Cuál es la urgencia de que en la República Dominicana se apruebe y se ponga en función la Ley de Mecenazgo?
- 3.- ¿Cuán conscientes están las personas de que el ocio debe ser patrocinado, en la Ciudad Colonial de Santo Domingo?
- 4.- ¿Comprenden cómo se puede utilizar el ocio en procura de mejorar la calidad de vida de la población que reside en la Ciudad Colonial de Santo Domingo?

Estas cuatro (4) inquietudes, permitieron estructurar los ejes investigativos de este trabajo, el cual iniciamos en el 2014 y terminamos en el 2018.

**Contexto:** Este trabajo seguirá la línea de investigación identificada por el Instituto de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto, que viene estudiando el fenómeno desde los años ochenta, fundamentándose en la teoría ya comprobada, desde la década de los sesenta. Esta teoría comprende una serie de planteamientos sobre el ocio como experiencia integral de las personas y un derecho humano fundamental, que cambia la vida de quienes usan apropiadamente su tiempo libre, convirtiéndolo en una práctica de gran valor, pues el ocio es una vivencia que los humanos percibimos de múltiples modos, que se expresa de manera positiva, neutra y negativa, cuyos resultados recibimos personalmente y luego pasamos a la sociedad. Esta teoría se arraiga en el planteamiento del ocio clásico surgido en Roma, y los avances que ha tenido el mismo en los estadios sociales, políticos y culturales de las personas y su entorno comunitario, hasta llegar al concepto contemporáneo del mismo. Aristóteles y otros pensadores de la edad antigua, así como los principales estudios citados en esta investigación coinciden en que: El buen ocio se reconoce por recibirlo como una práctica gratuita, necesaria y enriquecedora que aporta experiencias placenteras y satisfactorias para la humanidad como las que se obtienen a través de las actividades del mecenazgo u otras fuentes de apoyo y patrocinio con las que se fortalece la cultura de los pueblos.

Esta investigación se realiza en un momento en el que el Estado dominicano, de manera conjunta con empresas vinculadas al turismo y al servicio de ocio, desarrollan el proyecto de rescate de la Ciudad Colonial de Santo Domingo de Guzmán, el cual se encuentra en la etapa final de la primera fase, para comenzar la segunda, en la que se continuarán ampliando y fortaleciendo los servicios y productos de la Industrias Culturales y Creativas.

## II.- JUSTIFICACIÓN

Hoy se hace necesario que surja la “Ociología”<sup>1</sup> dado que, los estudios de ocio son complejos para su comprensión y aplicación, y deben realizarse desde un ámbito multidisciplinario. Se puede considerar que los estudios del ocio tienen distintas procedencias, bien sea desde el ámbito político, económico, social, y desde el mundo de la pedagogía, la psicología y las prácticas recreativas, terapéuticas, sanadoras como la arteterapia, en donde el ocio humanista se hace presente, así como, el autotélico, exotélico, ausente, el negativo, el serio, el casual (Cuenca, 2006). En fin, una taxonomía que los investigadores del ocio y el uso del tiempo ha perfilado en setenta años, cuyos trabajos han surgido después de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948), y continúan abriéndose más áreas de estudios.

La idea de estudiar el ocio como fenómeno complejo es apasionante, pero si se abre esta línea de pensamiento, nos llevaría ante un planteamiento de conocimiento diferente, conocido como paradigma de la complejidad, lo que nos desviaría del objeto de estudio. Pero, recapacitar desde el “pensamiento complejo” me ayudó a ver los diferentes estudios que se destacan en esta postmodernidad, desde donde se apoya el desarrollo cultural que a su vez influye en la interrelación de ofertas de ocio y la función de las leyes que respaldan a estas manifestaciones socioculturales. Al respecto, los estudiosos del ocio afirman, que esto se debe lograr a partir de una sinergia entre el Estado y sector privado, quienes han de crear una responsabilidad compartida, en donde los gobiernos y los sectores empresariales continúen apoyando e incentivando la investigación, sobre todo para las tecnologías aplicadas (Molina, 2015)<sup>2</sup>, que es en donde surge el mecenazgo, para coincidir en dos mundos que afectan la biología humana: el mundo del trabajo asalariado y el del ocio valioso, cuyas fronteras culturales se difuminan, cuando el trabajo es placentero en muchos de los casos, y cuando el ocio se confunde con el trabajo, para dar paso a las Industrias Culturales y Creativas o Industrias del Ocio; o como también se le pueden denominar, industrias de la felicidad.

---

<sup>1</sup>OCILOGÍA: Término usado frecuentemente por los doctorandos: Luis Alberto Rodríguez y Rosmery Paulino, en el programa de Ocio, Cultura y Comunicación para el Desarrollo Humano, Universidad de Deusto, (2014-2017).

<sup>2</sup>Afirmación hecha por el premio Nóbel de Química 1995, el mexicano Mario Molina, al defender la importancia de la ciencia, la investigación y el desarrollo tecnológico para el desarrollo de la sociedad, no sin resaltar que la situación económica es el principal problema por resolver en este XXI. Molina, premios Nobel apuestan por mecenazgo privado para el desarrollo científico, (más información en el Periódico Digital EL MUNDO, 2015).

Tres son las principales razones que justifican este proceso investigativo sobre mecenazgo, ocio y políticas públicas en una población deprimida. El primer acercamiento fue haberme dado cuenta de que nos encontramos con la realidad de que la cultura del ocio ha abierto un paradigma en este primer lustro del siglo XXI, donde la relación entre las empresas y los habitantes de una nación entran en sinergia constantemente, para tener una mejor forma de vivir. Los empresarios saben que ser parte de esos momentos de disfrute y entretenimiento de sus clientes, se está constituyendo en una manera eficiente de participar y de mejorar la calidad de vida de ambos grupos (productores y consumidores). Aquello que en otros tiempos se llamaba fidelización de marca ha tenido que trasmutar a múltiples formas y técnicas, para fomentar variadas ofertas de acciones sociales y patrocinios basados en “Respuesta o Responsabilidad Social Corporativa (RSC)”, en donde se abre todo un abanico de ofertas en las industrias que promueven la cultura y el patrimonio de los pueblos en busca de mejores y particulares momentos de ocio.

La sociedad de hoy cambia a un ritmo exponencial, acelerándose la interrelación de la política, la economía, la ciencia, la tecnología y el arte, modificándose entre sí, dado que existe una relación de complementos entre estas categorías del conocimiento, cuyos resultados afectan el comportamiento de los pueblos. Esto reporta una teoría cultural llevada a la práctica, cuyas experiencias dan paso a un método que muchos pueblos usan para disfrutar el compartir placeres. Es aquí cuando la educación, las prácticas artísticas, las Industrias del Ocio o las Industrias Culturales y Creativas (ICC) entran en función.

El segundo acercamiento tuvo el objetivo de comprobar lo funcionales que pueden ser las teorías del ocio para ayudar a entender su práctica como “catalizador-espacio-tiempo” que rescata a los humanos de la cotidianidad. Este objetivo se ha estado alcanzado en algún grado en Estados Unidos, Asia, Europa y forma particular, en Bilbao, España, en donde se han desarrollado métodos para estudiar desde diferentes perspectivas el ocio valioso. Quienes dirigen estos pueblos han entendido que la administración de este derecho humano permite una calidad de vida que se traduce en salud y placer, cuando se gestiona apropiadamente, así como también que la educación es el camino para el desarrollo del trabajo asalariado y la comprensión del correcto uso del ocio para alcanzar la felicidad. Esto da paso a que se estructure un modelo para la difusión del ocio en el Caribe antillano, dada su especial condición de cómo ven el ocio.

Con esta investigación se conocieron los niveles de comprensión de las teorías y las prácticas del ocio en la población del casco histórico de la primera ciudad europea fundada en las Américas. Igualmente se comprendió cómo se puede utilizar el fenómeno del ocio, en procura de mejorar la calidad de vida de República Dominicana, pues se sabe que el ocio valioso no se brinda organizadamente, porque son poco difundidos los beneficios que se derivan al intercambiar los servicios que producen las ICC y no es conocido ampliamente cómo impacta en la economía este hecho. En virtud de esto, es importante dar a conocer los niveles de difusión de los beneficios del ocio en el país; los estilos, las tendencias del ocio, y cómo éstos impactan el comportamiento social del dominicano, sobre todo los que viven en poblaciones deprimidas, como las que se han identificado en la Ciudad Colonial.

El tercer hallazgo, a partir del análisis de los conceptos, permitió proponer una clasificación del patrocinio, atendiendo a los diferentes significados que ha tomado a través de los años, para que se comprendan las múltiples formas de apoyar un fenómeno tan complejo como el ocio en el tiempo, dado que los usos del tiempo libre, los modos de descanso y las prácticas de entretenimiento en el país están obligados a redefinirse, a partir de la necesidad de difundir que las buenas prácticas del ocio son rentables en muchas maneras, y que al final se convierten en riqueza, salud y felicidad para todos. Además, se identificaron grupos de personas que trabajan en la difusión del ocio, pero que no lo saben, pues no conocen las teorías, por lo que no pueden salir del círculo vicioso de una práctica pobre y limitada. Sin embargo, estas personas se muestran dispuestas a trabajar en un plan que ayude a eliminar la ignorancia que posee la población, respecto a los beneficios que resultan del intercambio de los servicios de ocio.

En las conclusiones de este trabajo, se presenta el nivel de compromiso de los empresarios y del Estado respecto a la promoción del ocio valioso como responsabilidad y respuesta social, fundamentada en una visión de práctica que se confunde con patrocinio o mecenazgo cultural, pero que desconocen su fortaleza al no apoyar la puesta en función de una ley de patrocinio cultural (ley de Mecenazgo); una situación que podría ser salvada con la difusión de la educación vinculada con las prácticas del ocio, ideas que se exponen como recomendación en el último capítulo de esta tesis, en cuanto se propone mejorar el uso del ocio en República Dominicana a través de propuestas educativas relacionadas con las Industrias Creativas y Culturales.

### III.- HIPÓTESIS DE PARTIDA

Tomando en cuenta la complejidad de las variables en que se exponen las ideas como factores a ser medidos, se propone una de tercer grado por paralelismo en su redacción (Egg, 1986), la cual se fundamenta en las reflexiones sobre el ocio humanista que comenzó a gestarse en la década de los 90, siguiendo los postulados de la Carta de Educación del Ocio del Consejo *World Leisure and Recreation Association*, (WLRA, 1994).

**Mientras se posean conocimientos sobre los beneficios del ocio y exista una apropiada distribución de los recursos, se tendrá una población más saludable, capaz de producir riqueza y generar bienestar a sus familiares, amigos y allegados que se encuentran en zonas deprimidas de República Dominicana.**

### IV.- OBJETIVOS

Tomando en cuenta que el caso objeto de estudio de esta tesis, se relaciona con un proyecto que fue ejecutado en un país en vías de desarrollo, según lo refieren organismos nacionales e internacionales (BCRD, PNUD, CEPAL y BID)<sup>3</sup>, nos enfocamos en presentar objetivos relacionados a los planes de desarrollo del país. Por eso planteamos los siguientes:

#### ➤ **Objetivo general**

- ❖ Clarificar la función del mecenazgo en el desarrollo de una zona poblacional deprimida, a través de un proyecto vinculado al ocio en la ciudad de Santo Domingo de Guzmán, República Dominicana.

#### ➤ **Objetivos específicos**

- I.- Especificar los aspectos referenciales de ocio valioso relacionados con el desarrollo personal y comunal.
- II.- Conocer las funciones del mecenazgo en el desarrollo local a través de proyectos de ocio.
- III.- Seleccionar una zona representativa cuyas características definan un barrio deprimido de la ciudad de Santo Domingo de Guzmán.
- IV.- Determinar el método adecuado para estudiar la zona escogida desde el punto de vista que relaciona el ocio y el mecenazgo.

---

<sup>3</sup> INSTITUCIONES QUE REFIEREN EL DESARROLLO DE REPÚBLICA DOMINICANA EN EL ÚLTIMO QUINQUENIO. Banco Central de la República Dominicana (BCRD), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), el Banco Internacional Desarrollo (BID).

**Variables e indicadores e ítems / reactivos.** La siguiente Lista No. 01 muestra una relación para la operacionabilidad de la hipótesis, cuyos elementos han de servir para la redacción de los ítems, con los que se construirán los instrumentos de búsqueda y recogida de información que permitirán realizar la investigación.

FACTORES VARIABLES	INDICADORES ESCOGIDOS
Vinculado al objetivo "I"  FUNCIONES DEL MECENAZGO A TRAVÉS DE PROYECTOS DE OCIO EN POBLACIONES DEPRIMIDAS	a.1.- Definición de mecenazgo en espacios de ocio
	a.2.- Breve reseña histórica de mecenazgo cultural
	a.3.- Mecenazgo en República Dominicana
	a.4.- Proyectos de ocio vinculados al mecenazgo
	a.5.- Proyectos de ocio en zonas deprimidas
	a.6.- Beneficios que ha aportado la sinergia de ocio y mecenazgo a la Zona Colonial.
Vinculado al objetivo "II"  ASPECTOS REFERENCIALES DE OCIO VALIOSO RELACIONADO CON EL DESARROLLO PERSONAL Y COLECTIVO	b.1.- Teorías del ocio
	b.2.- Taxonomía del ocio
	b.3.- Beneficios de las prácticas del ocio
	b.4.- Observatorios de la cultura y el ocio
	b.5.- Paradigmas de la educación
	b.6.- Pedagogía del ocio
	b.7.- Teorías sobre el mecenazgo
	b.8.- Beneficios del mecenazgo
	b.9.- Reseña histórica de la práctica del mecenazgo
	b.10.- Aportes del mecenazgo a la cultura
	b.11.- Necesidad de ocio en el país
	b.12.- Tipos de ocio más practicados
	b.13.- Industrias culturales y creativas
Vinculado al objetivo "III"  ZONAS REPRESENTATIVAS DE BARRIOS DEPRIMIDOS DE LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO DE GUZMÁN	c.1.- Ubicación de la Zona Colonial
	c.2.- Demografía del sector
	c.3.- Sicografía general de la población
	c.4.- Uso del tiempo libre.
	c.5.- Comportamiento ciudadano en lugares públicos
	c.3.- Principales espacios físicos para el ocio en la Zona Colonial
Vinculado al objetivo "IV"  MÉTODO PARA ESTUDIAR LA ZONA ESCOGIDA DESDE EL OCIO Y EL MECENAZGO	d.1.- Paradigmas del ocio en el Caribe
	d.2.- Industrias del ocio en República Dominicana
	d.3.- Leyes y Políticas Estatales vinculadas con la cultura del ocio
	d.4.- Inversión económica para el desarrollo de las industrias culturales y creativas
	d.5.- Programas para el desarrollo de la cultura artística
	d.6.- Programa de desarrollo educativo vinculado con la cultura y el ocio

LISTA NO. 01 VARIABLES E INDICADORES

## V.- METODOLOGÍA

**Tipo de Investigación.** Desde el inicio de proyecto de tesis, se estableció que el trabajo de investigación se realizaría en tres líneas,

I.- Por el resultado obtenido es diagnóstico-proyecto, pues se identificaron las teorías del ocio, el papel y tipos de patrocinio. Lo que permitió proponer la estructuración de unos lineamientos generales para promover la Educación Ocio, en la Ciudad Colonial de Santo Domingo, República Dominicana (CC-SD, RD), vinculándolo con la creación de proyectos culturales relacionados con las industrias turísticas.

II.- Por la consulta de las fuentes documentales, la investigación es exploratoria-descriptiva, dado que esta se inició desde una investigación de gabinete y se completó con el estudio de campo en la CC-SD, al consultar a testigos privilegiados, compuestos por los directores de centro culturales de la zona, profesores de dos universidades dominicanas y a una muestra de habitantes del lugar. Las opiniones de los visitantes fueron tomadas de fuentes secundarias, a través de la web. Los resultados fueron comparados con los obtenidos en una muestra de docentes investigadores que participaron en un grupo focal sobre la percepción que tenían del ocio en sus vidas profesionales; luego éstas se contrastaron, con las opiniones de los comunitarios de la zona objeto de estudio.

III.- Por la forma de obtención de las informaciones, atendiendo a lo que plantea Ruiz Olabúenaga (2017) esta investigación es cualitativa y cuantitativa:

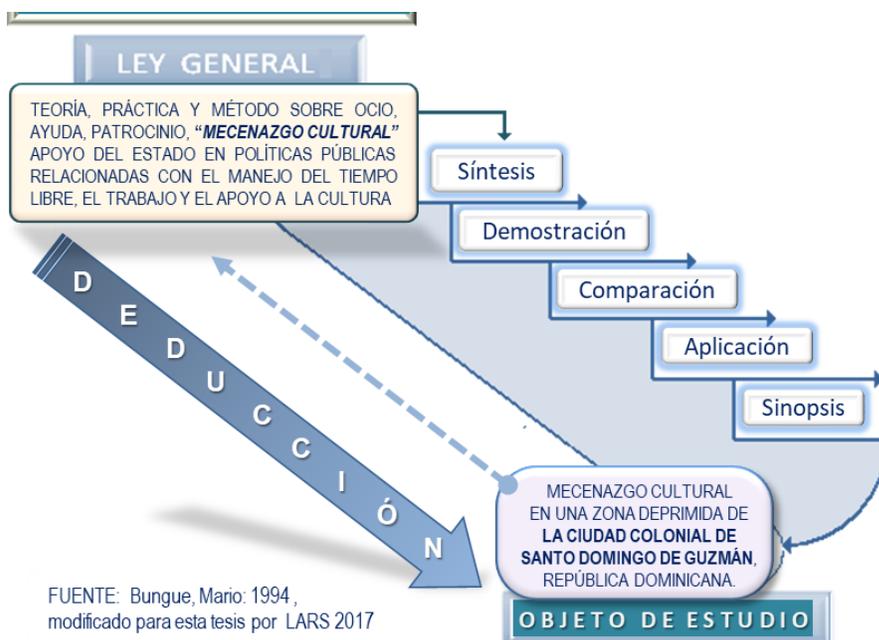
- a) La metodología cualitativa es tan válida como la cuantitativa y su diferencia estriba en la utilidad y capacidad heurística que poseen, lo que les hace recomendables en casos y situaciones distintas. El acierto del investigador depende no de la metodología que utiliza sino del acierto en aplicarla en aquellos casos específicos para los que está más adaptada.
- b) La metodología cualitativa no es incompatible con la cuantitativa, lo que obliga a una reconciliación entre ambas y recomienda su combinación en aquellos casos y para aquellos aspectos metodológicos que la reclamen. Esta combinación recibe el nombre de triangulación y es utilizada cada vez con mayor insistencia (p.17).

**Métodos de Investigación.** Se fundamentó en los criterios de utilización de datos cuantitativos y cualitativos, dado que el uso de estos facilitó la corrección de los posibles errores surgidos al aplicar los instrumentos de recolección de datos e información, la reflexión se hizo más consistente. Los métodos utilizados fueron análisis-síntesis y el inductivo-deductivo. (Ver Mapas Conceptuales Nos. 0.1 y 0.2).

En el caso objeto de estudio, el primer método permitió desglosar las partes de un todo; las opiniones de las personas sobre las ofertas de ocio, el mantenimiento y rescate del casco histórico de la Ciudad de Santo Domingo, para luego cotejar las informaciones entre sí y llegar a una opinión que fue comparada con la hipótesis y las preguntas de investigación. Esto resultó muy útil al obtener las informaciones en los portales web, y otras fuentes documentales en línea y en físico.



El segundo método que se utilizó para hacer una relación entre los hechos particulares de cada institución consultada permitió ver sus niveles de compromiso con el patrocinio cultural en la Zona Colonial. Al escudriñar sobre el apoyo que ofrece el Estado, el sector privado y el papel de la educación en la gestión del ocio y el apoyo de la cultura, fue muy útil la inducción-deducción, puesto que permitió observar las particularidades de las instituciones que patrocinan la cultura y que fungen de mecenas o tienen ciertas prácticas filantrópicas. Estos criterios metodológicos fueron de gran utilidad, puesto que permitieron establecer un orden lógico a las repuestas encontradas en las variadas fuentes consultadas respecto a la Zona Colonial de Santo Domingo. Este método nos indujo al entendimiento de los datos numéricos, para luego razonar dentro del ámbito estadístico y las calidades de las informaciones, que nos permitieron deducir y llegar a las conclusiones de este estudio.



MAPA CONCEPTUAL No. 0.2

**Técnica y aplicación de los instrumentos.** Siguiendo la hipótesis, las preguntas de investigación, los objetivos y los factores variables a investigar, se crearon las siguientes herramientas: Un estudio focal a docentes-investigadores, el cual se realizó en la principal universidad pública del país. El encuentro de discusión se realizó en el primer cuatrimestre del año 2016. Con este primer instrumento se obtuvieron las opiniones que tienen los profesores representantes de sector educación sobre el ocio. En el segundo momento, al comenzar la redacción del estudio empírico, se utilizó una guía de observación en la Web para identificar los lugares de más importancia para los visitantes y residentes en el casco histórico. Para ir afinando el marco teórico, se siguió una guía de análisis documental con ítems que nos limitaron para no ir más allá del objeto de estudio. Ya en el estudio de campo se utilizó un formulario de entrevistas, dirigido a personas relacionadas con el desarrollo de la Zona Colonial y otro de encuestas, para sus habitantes. (Ver explicaciones en los capítulos III, IV y muestras en anexos).

**Población para el estudio de campo.** La población fue seleccionada atendiendo a informaciones publicadas en los últimos cinco años. El criterio de selección para ser encuestado fue que las personas hayan vivido siempre en la CC-SD, para estudiar y comparar los datos y las prácticas de ocio, educación y mecenazgo que se suministran en el sector.

Los entrevistados a profundidad fueron los directivos de los centros culturales, las juntas de vecinos, y las asociaciones de negocios. Los datos fueron actualizados mediante una serie de encuentros que realizamos con sus representantes o directivos en el último cuatrimestre del año 2017. Se revisaron fuentes bibliográficas específicas relacionadas con el trabajo, las teorías del ocio, el mecenazgo, teorías sobre políticas económicas vinculadas con el desarrollo humano en el país, además de recogerse datos de instituciones vinculadas con el sector objeto de estudio, tales como: *TripAdvisor*, *Google-Comentarios*, *Facebook*, *Foursquare*, *Booking*, la Oficina Nacional de Estadísticas (ONE), el Ministerio de Cultura, el Ministerio de Turismo a través del “Programa de Fomento al Turismo” para la CC-SD, el Ayuntamiento del Distrito Nacional y un grupo focal realizado con docentes investigadores. La procedencia de esos datos se considera válida, ya que vienen de organismos que contribuyen al desarrollo de la comunidad y sirven a la gobernabilidad de los países de la Región.

**Fuentes de documentación.** La revisión teórica se realizó en fuentes primarias y secundarias, relacionadas con los lineamientos conceptuales sobre los que se sustenta esta tesis, las cuales se sondearon en varios tipos de documentos (tesis, libros, revistas científicas, portales blogs, artículos de difusión periodística, etc.) relativos al objeto de estudio, en los cuales se tocan los temas del ocio, el mecenazgo y la educación, constituyendo seis (6) conjuntos de fuentes documentales.

- ❖ El primer grupo de fuentes consultadas giró en torno a las teorías del ocio y el trabajo. Este conjunto lo constituyeron en su mayoría los textos publicados por la Universidad de Deusto, de los cuales refiero los trabajos de Manuel Cuenca C., *Aproximación Multidisciplinar a los Estudios de Ocio* (2006). *Ocio Humanista, Dimensiones y manifestaciones actuales el Ocio* (2009); *Ocio Valioso* (2014). En esa misma línea, se consultaron autores de relevancia internacional que publicaron sus investigaciones a partir de mediados del siglo pasado, dentro de los que se destacan: Jeffrey Dumazedier (1964) con su teoría de la tres “D” visualizada en *Hacia la civilización del Ocio*; Mihaly Csikszentmihalyi (1990) con su propuesta sobre el “Fuir” (*Flow: The Psychology of Optimal Experience*); Luis Racionero (2006) con su enfoque “*Del paro al ocio*”; Frederic Munné y Nuria Codina (1992). *El ocio, un modo de comportarse en el tiempo / Del ocio al tiempo libre*, un punto de vista desde la psicología; Josef Pieper (1962). *El ocio y la vida intelectual*; Hillel Ruskin (2000) con la preocupación sobre ¿Cómo puede la educación del ocio contribuir al

desarrollo humano?; Virginia Trigo (2001), con su *contextualización del ocio y el desarrollo humano*; Roberto Igarza (2009), con sus puntos de vista sobre las nuevas formas de consumo cultural, publicado en *Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural*. En el periplo consultivo encontramos investigadores que han tocado el tema desde una visión latinoamericana, encabezados por Christianne Gomes y Rodrigo Elizalde, que han investigado sobre: *Ocio y Recreación en América Latina: Conceptos, abordajes y posibilidades de resignificación* (2010); *América Latina ocio y geopolítica del conocimiento* (2012). *Horizontes latinoamericanos do lazer* (2012). *El ocio y la recreación en las sociedades latinoamericanas actuales* (2014).

- ❖ En el segundo grupo de fuentes documentales se tocaron los orígenes y las teorías del mecenazgo cultural, dentro de los cuales citamos a: Francisco Rodríguez Adrados (2008). *Mecenas y los mecenas de la Antigüedad*; Cristina Giménez Elorriaga (2003). *Los Mecenas del Siglo XXI*; Sarah Cove (2007). Entrevista a Douglas Rushkoff sobre cómo el público está cooperando para que los proyectos sean realizados. También fue complementado con otras informaciones encontradas en blogs y portales especializados en temas como: *¿Qué es el crowdsourcing?*; *Historia y bibliografía de mecenas, Historia de los Mecenas*, (2016); Howe Jeff, *The Rise of Crowdsourcing, (El ascenso del crowdsourcing)* (2006), y un documento que presenta los resultados de un debate y que aborda aspectos centrales sobre el desarrollo y expectativas de la acción del mecenazgo, en el cual se expuso: la experiencia, la satisfacción, el sentimiento de mecenas que atesoran y creen que esa actividad debe ser protegida. La relatoría de esta discusión se tituló: *El mecenazgo artístico como placer*, publicado por la Fundación Arte y Mecenazgo (2014). Un enfoque actualizado sobre patrocinio fue tomado de *El crowdfunding: mucho más que un simple micro mecenazgo*, Jaime Gutiérrez Rodríguez (2014) y *Crowdfunding: la eclosión de la financiación colectiva*, Eric Rivera Butzbach (2012).
- ❖ En el tercer grupo se encuentran los autores consultados para tener claras las últimas teorías educativas de finales del siglo XX e inicios del XXI, que son practicadas en un mundo cuyos cambios tecnológicos se producen cada vez con más frecuencia. Dentro de este conjunto de fuentes documentales se incluyeron:

*La Carta Internacional para la Educación del Ocio de la World Leisure and Recreation Association (1994); Jacques Delors (1996). La Educación encierra un Tesoro; Alvin Toffler y Heidi Toffler (2009). Entrevista sobre el futuro de la educación; José Antonio Caride Gómez (2012). Lo que el tiempo educa: El ocio como construcción pedagógica.*

- ❖ El cuarto grupo de autores consultados se conformó con los científicos sociales que han desarrollado las teorías de la educación en el área de algunas profesiones, el enfoque filosófico del comportamiento humano, al consumo cultura y las teorías de la investigación científicas que ayudan en la comprensión del tema objeto de estudio de esta tesis. Este conjunto de pensadores lo constituyen: Jean Jacques Rousseau (1754). *Discourse on the Origin of Inequality*; Rollo May (1976). *El hombre en busca de sí mismo*; Ezequiel Ander-Egg (1993). *Técnicas de investigación social*; Mario Bunge (1975). *La ciencia. Su método y su filosofía*; Carlos Muñoz Razo (2003), *Como Asesorar una investigación de tesis*; Ruiz Olabúenaga (2017). *Metodología de la investigación cualitativa*; David Ogilvy (1963). *Confesiones de un Publicitario*; Philip Kotler (2003). J. Thomas Russell, W. Ronald Lane y Karen Whitehill King (2005), presentan el libro titulado *Publicidad*, un compendio actualizado sobre la comunicación comercial y el marketing, iniciado por Otto Kleppner en la década de 90; Peter, Druker (2004). *La sociedad post capitalista*; Pablo Luis Belly (2004). *El shock del management: la revolución del conocimiento*; Anibal Basurto Amparano (2005), *Sistema empresa inteligente*; Doménec Melé Carné (2007). *Responsabilidad social de la empresa: una revisión crítica*; Howard Bowen (2013). *Responsabilidad social del empresario*.
  
- ❖ En el quinto grupo se destacan autores contemporáneos en el campo de la política y la economía relacionada con la cultura. Por lo puntual de sus aportes, se incluyen en este trabajo a: Alvin Toffler (1980). *La Tercera Ola*; Felipe Buitrago Restrepo e Iván Duque Márquez (2013). *La Economía Naranja*, y los informes que se han hecho dentro de los últimos cinco años sobre la Economía Creativa, las Encuestas sobre Consumo Cultural, realizadas por PNUD, Programa de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO; los reportes de *World Economic Forum* (2016, 2018), *Country Brand Index Latinoamérica*, CBI. 2013 al 2018 y *New Economics Foundation* (2012). *Happy Planet Index* (Índice del planeta feliz 2012 – 2017); Encuesta Latinoamericana de Prácticas Culturales, OEI, (2013); Encuesta de

Cultura Económica y Financiera de la República Dominicana, Banco Central de la República Dominicana y la Primera Encuesta de Consumo Cultural de RD. (2014). Así como también, se observó el consumo cultural en la Zona Colonial de República Dominicana, Ministerio de Cultura y el Banco Central de la República Dominicana. Observatorio Turístico de la Zona Colonial (2014-2017).

- ❖ El sexto grupo de fuentes lo constituyó un conjunto de leyes dominicanas vinculadas al objeto del estudio, especialmente la Ley No. 41-00, que crea la Secretaría de Estado de Cultura, la cual cambió a Ministerio de Cultura en el 2010; la Ley 108-10, para el Fomento de la Actividad Cinematográfica y el Proyecto de Ley sobre Patrocinio y Mecenazgo Cultural (en estudio desde el 2012); Ley 66-97 de Educación; La Ley No. 139-97 sobre el control de los días feriados; Ley No. 287-04 sobre Prevención, Supresión y Limitación de Ruidos Nocivo y de reciente aprobación la Ley de Desarrollo, Fomento y Salvaguarda del Arte Público, entre otras no menos importantes. Así como también, los discursos de toma de posesión del Presidente de la República Dominicana (2012 y 2016). Esta selección de documentos fue de gran utilidad en esta tesis, puesto que nos permitió entender las políticas que toma el Poder Ejecutivo de la nación para con el sector vinculado a la cultura.

Los anteriores grupos citados constituyen las fuentes documentales principales sobre las cuales se sustenta el aspecto teórico de esta investigación. Otras fuentes que fueron utilizadas como complementos para fortalecer el marco conceptual y el estudio empírico se encuentran en la bibliografía de esta tesis; las mismas fueron consultadas para comprobar datos e informaciones que nos orientaron, aclararon dudas sobre el complejo conjunto de teorías y prácticas científico-sociales que se relacionan con el ocio, la cultura, el patrocinio cultural, la comunicación y la educación para este siglo XXI.

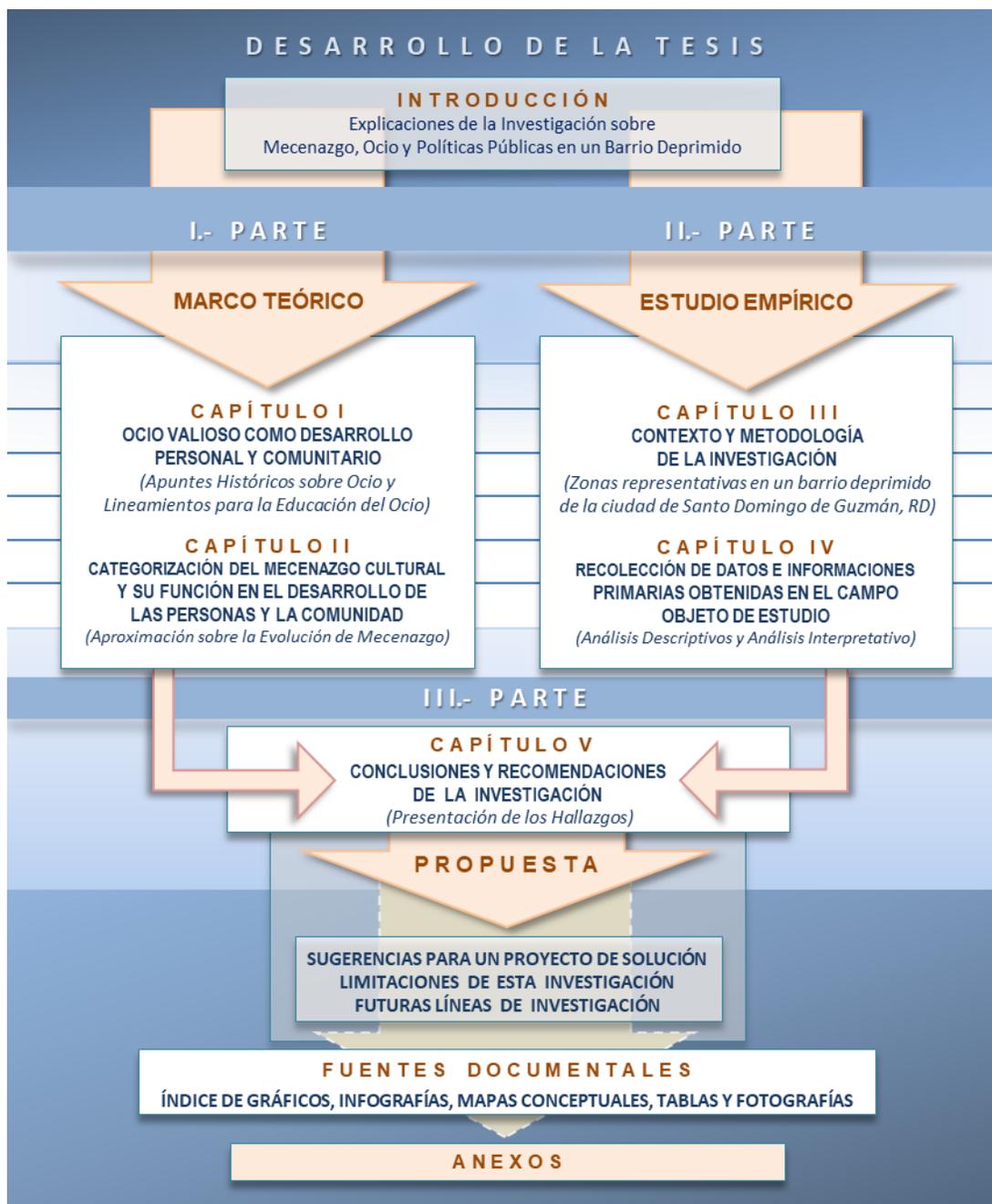
## **VI.-ESTRUCTURA DE LA TESIS**

Para cerrar esta introducción, mostramos la distribución de los contenidos de la tesis en tres partes bien diferenciadas; introducción, desarrollo y conclusión, lo que permitirá acceder fácilmente a los capítulos que conforman el marco teórico y el estudio empírico. Ver el esquema que se presenta en el Mapa Conceptual No. 0.1.

**I. INTRODUCCIÓN:** En esta parte se presenta el tema objeto de estudio y las razones por las cuales se escogió este tema de investigación. En este apartado se aborda el marco contextual en el que se circunscribe la tesis, las hipótesis, los objetivos que perseguimos, la metodología y se hace una relación de las principales fuentes documentales. De esta manera se estructuró el conjunto de informaciones que orientan al lector de este informe.

**II. DESARROLLO:** Este apartado se divide por su contenido en dos amplias secciones diferenciadas entre sí. En la primera parte, se presenta el marco teórico, que recoge los conceptos vinculados con el objeto de estudio, constituyendo los dos primeros capítulos de la tesis, que funcionan como bases conceptuales. En la segunda parte se expone el estudio empírico en el que se incluye la metodología y el diseño del estudio de campo, cuyas informaciones constituyen el tercero y el cuarto capítulo, que recogen el estudio de los espacios y actividades de las personas que viven en el casco histórico de la primera ciudad europea en América, después de que las autoridades gubernamentales lo intervinieran con un proyecto de rescate sociocultural que afecta a quienes viven y visitan esa parte de la ciudad de Santo Domingo. El estudio se hizo en el contexto de la intervención del Estado (2012-2018) a ese patrimonio de la humanidad,

**III.- CONCLUSIÓN:** Esta parte está integrada por dos conjuntos de informaciones y datos muy relacionados entre sí, para constituir el quinto capítulo. En ella se exponen las conclusiones se muestran los hallazgos en el marco teórico y el estudio empírico. Aquí se procedió a verificar las hipótesis y los objetivos, para responder las preguntas de investigación, y exponer las recomendaciones, las cuales permiten visualizar las líneas de investigación que aportan ideas para la mejora del problema objeto de estudio. Se diferenciaron como tales, para facilitar la exposición de la sección en que se presenta a manera de propuesta, argumentos sobre las posibles soluciones al problema provocado por la intervención del Estado en una zona histórica de la Ciudad de Santo Domingo.



FUENTE: Elaboración propia / LARS, 2017

MAPA CONCEPTUAL No. 0.3. ESQUEMA DE DESARROLLO DE LA TESIS

# PRIMERA PARTE



# MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL



**CAPÍTULO I**  
**OCIO VALIOSO COMO DESARROLLO**  
**PERSONAL Y COMUNITARIO**



**PERSONAS DISFRUTANDO LA CIUDAD COLONIAL DE SANTO DOMINGO,**  
arriba al fondo el Alcázar de Cristóbal Colón y en la parte inferior monumentos históricos  
(Puerta del Conde, lateral norte Catedral Santa María de la Encarnación) y estatuas exaltando héroes dominicanos.

FOTOMONTAJE NO. 01. *(Ilustración propia, hecha a partir de fotografías de diferentes autores)*

## ❖ PREÁMBULO

En este primer capítulo se ha hecho una aproximación histórica hacia la práctica del ocio vinculada con el ejercicio de patrocinio cultural, en la cual se tocaron los momentos en que han surgido las teorías sobre este fenómeno. Sí, nos referimos a las teorías demostradas en el mundo, como si este fuera un gran laboratorio, donde los poderes económicos, sociales y políticos interactúan para subsistir, crean informes intencionados, manipulan gobiernos, modifican opiniones y producen cambios de paradigmas, lo que ha generado una gran cantidad de estudios sobre el ocio y sus efectos en las personas y la sociedad.

Antes de profundizar en la exposición de este primer capítulo, en el cual se hará una concisa definición y presentación de las características del ocio en la sociedad del siglo XXI, es importante orientarnos con una breve historia de los orígenes y desarrollo de este concepto. Para tales fines seguiremos la recopilación y organización hecha por los mismos actores (educadores, políticos, filósofos, psicólogos, sociólogos y médicos) quienes escriben sobre el pasado, el presente y el futuro del mundo, logrando "...un mosaico variopinto sobre los principales modos de entender el ocio de los pensadores que le han dedicado su atención a lo largo de la historia", (Segura & Cuenca, 2007, 2008; San Salvador del Valle, 2006, en Cuenca, 2014p.31).

En la parte 1.1 de este capítulo, presentamos una cronología de hechos y datos importantes, vinculándolos a la teoría de Alvin Toffler (1980) y la cuarta revolución



tecnológica identificada en El Foro de Economía Mundial, (*The World Economic Forum*, WEF, DAVO-Suiza, 2016), las informaciones de los investigadores y autores más trascendentes que tocan el tema objeto de estudio. La relación ocio política y cultural se irá presentando en una línea de tiempo en la que se visualizan los momentos en la historia de la humanidad en que se registraron los efectos del fenómeno del ocio.

Se hace necesario enfocar los nuevos horizontes del ocio en la era de la información, ya que nos encontramos en la cuarta ola del desarrollo de la humanidad, donde el perfeccionamiento de la tecnología es el centro sobre el cual gira la actividad

socioeconómica de las poblaciones, más ricas del planeta, y las que están en vía de desarrollo. También, se hace una visión crítica de cómo se ve el ocio en Latinoamérica y el Caribe, sin hacer una profundización en sus orígenes.

En la parte 1.2 enfocamos las teorías que han surgido en los cuatro estadios del desarrollo tecnológico de la humanidad, que reportan en los foros mundiales sobre el bienestar de la humanidad en los que se toca la educación, el uso del tiempo libre en los que se ha de sustentar la pedagogía del ocio hoy. Es esta sección se presentan las características, los tipos, los ejes y las vertientes del ocio, según las teorías y las prácticas difundidas por una pléyade de científicos. Luego se pasa a definir los pilares de la educación, según Jacques Delors (1994), en los que se ha de cimentar la pedagogía que requiera la población de este nuevo siglo, para entonces, definir la Educación del ocio que ha de proyectarse en este siglo XXI.

En la parte 1.3 y 1.4 hicimos un enfoque descriptivo sobre la necesidad del patrocinio cultural en comunidades pobres. También observamos los retos que debe tener la población para fortalecer el mecenazgo en el país. A juicio de los autores consultados, esto debe comenzar a difundirse desde el Estado en conjunto con el sector privado. En la última parte de este primer capítulo se complementó con un enfoque sobre la responsabilidad social empresarial, el marketing social y la necesidad e importancia de la existencia de la Ley de Patrocinio Cultural. Se hizo una observación crítica al Proyecto de Ley mediante en el cual se establece el régimen de incentivo y fomento del Mecenazgo Cultural en la República Dominicana. Considerada un verdadero instrumento que ayuda a demostrar la responsabilidad de las instituciones para con la sociedad y un punto de partida para fortalecer el patrocinio cultura en el país.

El método de abordaje de este primer capítulo se realizó a través de un sondeo exploratorio en fuentes documentales bibliográficas, que contienen informaciones históricas sobre cómo ha ido perfilándose el concepto de ocio, hasta entenderlo como una actividad que va de las manos con el trabajo y que no es el primero, ni el segundo en importancia, sino que son complementarios. También, se explica cómo se teje su relación a través del tiempo. En estos escritos se exponen datos que permitirán comprender los fundamentos de las teorías del ocio y su necesidad de una pedagogía adaptada para Latinoamérica.

Dentro de los hallazgos más trascendentes en esta investigación se encontraron aspectos relacionados con la teoría del ocio, las definiciones fundamentales de las coordenadas, las

dimensiones y vertientes, sin profundizar en la historia de la práctica que los ha hecho trascender hasta estos días. De las puntualizaciones de este capítulo I, se comienzan a develar las posibles labores que deben ser tomadas para desarrollar una educación del ocio en Latinoamérica, la cual deberá ser adaptada conforme a las conclusiones generales de este estudio. Es por lo que, en la síntesis de este capítulo, se trazan unos lineamientos que servirán a las recomendaciones finales, que se corresponden con lo que todo humanista desea para todos y cada uno de los miembros de la comunidad. Un deseo que comenzó en el Caribe en 1511, con el sermón de Adviento: “Yo soy una voz que clama en el desierto”, tomado del Evangelio de San Juan (Juan 1, 23), y expresado a los colonizadores españoles de una manera enfática por Fray Antón de Montesinos en La Hispaniola, hoy República Dominicana. (Ver siguiente Fotomontaje No.1.1)

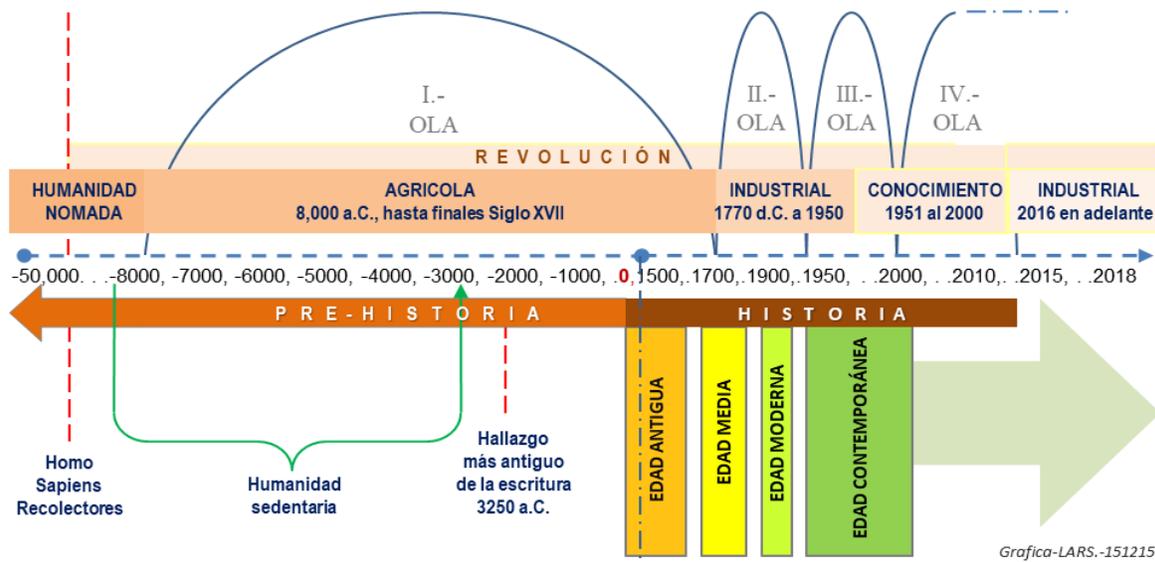
#### FOTOMONTAJE NO.1.1.

*FRAY ANTÓN DE MONTESINOS, (España 1475 - Venezuela, 27 de junio de 1540), misionero que perteneció a la primera comunidad de dominicos en América, encabezada por el vicario fray Pedro de Córdoba. De esta comunidad se distinguió fray Antón, al levantar su voz en la defensa y denuncia en contra de los colonizadores españoles por los abusos propinados a los indígenas. En su intervención ante los conquistadores, solicitó que fuera reducido el duro trabajo a que eran sometidos los habitantes de la isla, quienes morían por la ardua labor y la falta de tiempo libre al que estaban acostumbrados viviendo en armonía con la naturaleza. Es decir, que con esta intervención de los dominicos se realizó en las Américas el primer llamado al respeto de los derechos humanos. Y que por supuesto interpretamos como la primera defensa al derecho al ocio de los pobres de América. Para inmortalizar este evento histórico, se realizó una gran estatua de 15 metros, hecha en concreto, piedra y bronce, por el artista italiano Antonio Castellanos Basich. Fue donada al pueblo dominicano por el gobierno mexicano en 1982. Esta escultura está ubicada en el paseo marítimo (malecón) frente al mar Caribe, al Sur de la ciudad de Santo Domingo, República Dominicana.*



## 1.1.- DESARROLLO DEL OCIO VALIOSO EN LA SOCIEDAD GLOBAL

Resulta un tanto tentador ubicar desde el inicio mismo de la humanidad el origen del ocio, pero para los fines de nuestra tesis y para ser más precisos en el enfoque de la misma, partiremos desde el siglo XVIII, que es el momento donde la visión del ocio se vincula con los problemas contemporáneos relacionados con el crecimiento humano, a partir de un reenfoque del mecenazgo conocido también como patrocinio cultural, pero sería inapropiado no hacer antes una semblanza que sirva de punto de partida para entender cómo el fenómeno del ocio se ha ido perfilando en los estadios de desarrollo tecnológico de la humanidad, para lo cual nos ubicaremos en el tiempo y espacio, siguiendo la teoría de clasificación conocida como la Tercera Ola de Alvin Toffles (1980) y la Cuarta Ola surgida en el Foro de Davos (2016), ver Mapa Conceptual No.1.1 en donde tanto el ocio como el trabajo, pueden ser ubicados para ser estudiados desde cualquier momento de la historia.



MAPA CONCEPTUAL No. 1.1. ESTADIOS DEL DESARROLLO TECNOLÓGICO DE LA HUMANIDAD. por Alvin Toffler (1980, p16) escritor y futurólogo y la 4ta Revolución Industrial, Klaus Martin, Director de Foro de Davos (2016).

Podríamos ubicar esta relación ocio y trabajo, en la Primera Ola, identificada como la Era Agrícola surgida en la Prehistoria hasta mediado del siglo XVIII, (Toffler, 1980). En esta Primera Ola del desarrollo de la humanidad, los hechos ocurridos en la Edad Antigua son los que se han estudiado más a fondo, para encontrar en las civilizaciones pasadas los orígenes del ocio. Pero, es a partir de la Segunda Ola durante los siglos XVII al XX que se comenzó a estudiar científicamente el fenómeno del ocio y su influencia en el comportamiento humano.

### 1.1.1.- Puntualizaciones sobre el desarrollo del Ocio

Sin intentar hacer una apología histórica de los inicios del ocio, tocaré tres (3) momentos que se inscriben en la primera ola de la revolución industrial, solo para ilustrar brevemente cómo se practicaba esta acción en los pueblos antiguos, especialmente los vinculados con el imperio romano. Un estadio histórico donde se ubica el origen del mecenazgo y la filantropía, tópicos importantes que se estudian en esta tesis.

#### ***1.- Conceptualización del ocio como fenómeno inherente al bienestar humano.***

En la primera ola del desarrollo tecnológico de la humanidad, se conoce como el hecho trascendente la aparición del trabajo; como actividad física, rindió un resultado tangible, medible y comparable con el crecimiento demográfico. Un crecimiento social visto a través del desarrollo de los clanes, la familia y los pueblos, que se convirtieron en imperios, reinados y naciones a lo largo de la historia, los cuales, en su afán por seguir creciendo, desarrollaron en sus pobladores actitudes y comportamientos que contrastan con el ocio humanista. J.J. Rousseau<sup>4</sup> los ilustra muy bien al afirmar: Que las personas que mejor cantaban o bailaban, o eran los más hermosos, los más fuertes, los más diestros o los más elocuentes, fueron los más considerados en las sociedades, los más exaltados y eran los que más se veneraban. Rousseau se refería de esta manera a prácticas socio políticas, pero también de ocio, dado que ese ensalzamiento se fortalecía en el tiempo libre de los ciudadanos, lo que indujo a la sociedad a crear entidades que regularan los derechos y deberes de estos. Acción que de alguna manera limitaba a los hombres y mujeres, haciéndoles perder la libertad de decisión para tomar acciones, (...) y éste fue el primer paso hacia la desigualdad y hacia el vicio al mismo tiempo, (Rousseau, 1754). Esto incitó a que las personas olvidaran su manera de vivir sencilla y las indujo a sobresalir ante sus semejantes, en pro de ser superiores, dando inicio al nacimiento de la desigualdad, una discrepancia que opacará el desarrollo del ocio hasta mediados del siglo XX, que es cuando se redescubre el concepto ocio clásico, a partir de una mejor gestión del trabajo y del tiempo libre.

Las luchas de subsistencia entre los pueblos que surgieron durante la Edad Antigua y la Edad Media se expresaron en las remembranzas del diario vivir, las recreaciones de batallas y simulaciones de luchas contra la naturaleza, contra sus semejantes y contra ellos

---

<sup>4</sup> JEAN-JACQUES ROUSSEAU, (28 de julio de 1712 – 2 de julio de 1778), pensador, escritor, enciclopedista y filósofo franco-suizo. *"Entre todos los animales, los Hombres son los menos aptos para vivir en rebaño. Si fueran apiñados como las ovejas perecerían en corto tiempo. El aliento del Hombre es fatal para sus semejantes."*

mismos, nos dejaron un legado cultural a través de sus manifestaciones artísticas, tecnológicas y científicas, que nos informan cómo los pobladores de los antiguos pueblos que surgieron desde 1,200 a.C. (fundación de Grecia) hasta 1492 (Descubrimiento de América) llenaron su tiempo libre con juegos, fiestas, danzas, cantos y representaciones visuales (pintura, escultura y teatro), que dan evidencia de un uso del tiempo para recrearse y pasar momentos de ocio, durante la primera ola del desarrollo tecnológico, científico y artístico de la humanidad.

Los conceptos que heredamos sobre estas actividades los recibimos a través del pensamiento de Aristóteles, Cicerón, Seneca y Horacio, cuyo legado constituye la base y el fundamento del pensamiento sobre el ocio, tanto en la antigüedad clásica como en el pensamiento moderno. Lo expresado por J.J. Rousseau se hace presente en cada hecho civilizado; su planteamiento sobre la desigualdad de los hombres es tomado de pensadores como: Aristóteles, quien recogió los puntos de vista de Platón, así como el de los grandes pensadores que le precedieron<sup>5</sup>, para plantear que el ocio es el principio de todas las cosas, incluyendo las desigualdades, los derechos a la riqueza, los excesos, la frugalidad y los goces comedidos.

Cicerón explicó que los excesos y la ausencia del trabajo productivo nos llevaban al ocio negativo. Mientras que Horacio<sup>6</sup>, en su canto poético un himno al *Otium*, presentó una reclamación universal sobre la necesidad de un ocio rural, que hoy está teniendo un gran auge en todos los países que viven del turismo ecológico y medioambiental. Este modelo lo inició con una fórmula que él denominó “la ciudad oportuna, el campo feliz”, la cual afecta a los que forman la clase dirigente y al pueblo del campo. Séneca<sup>7</sup> es más categórico cuando sostiene que: Solo con el ocio seremos capaces de elegir un modelo digno al que enamora la vida; sólo en el ocio se puede avanzar en la vida al seguir pautas uniformes y coherentes (...) la vida que desgarramos con propósito enfrentados. (Seneca: Sobre el ocio, III en Cuenca, 2014, p.41). Sus escritos son fundamentales para comprender el pensamiento de su época y son esenciales para comprender los derroteros intelectuales del ocio durante el imperio. Séneca planteó que la contemplación es una actividad propia de ocio, como un hecho que ha de ser sublime en sí mismo, aunque no único; dio la

---

<sup>5</sup> Pensadores anteriores a Aristóteles: Sócrates 469 a.C. - 399 a.C. entre otros sofistas. Aristóteles, filósofo griego, 384 a.C. - 322 a.C. *Ética Nicomáquea y Política*.

<sup>6</sup> Horacio, poeta romano, 65 a.C. - 8 a.C. Odas, II, 16.

<sup>7</sup> Lucio Anneo Seneca, filósofo y político romano, 4 a.C. - 65 d.C. “*Sobre el Ocio y la brevedad de la Vida*”.

importancia a esta virtud al destacar la necesidad de conjugarla con el negocio, es decir que no hay *otium* sin *negotium* y viceversa.

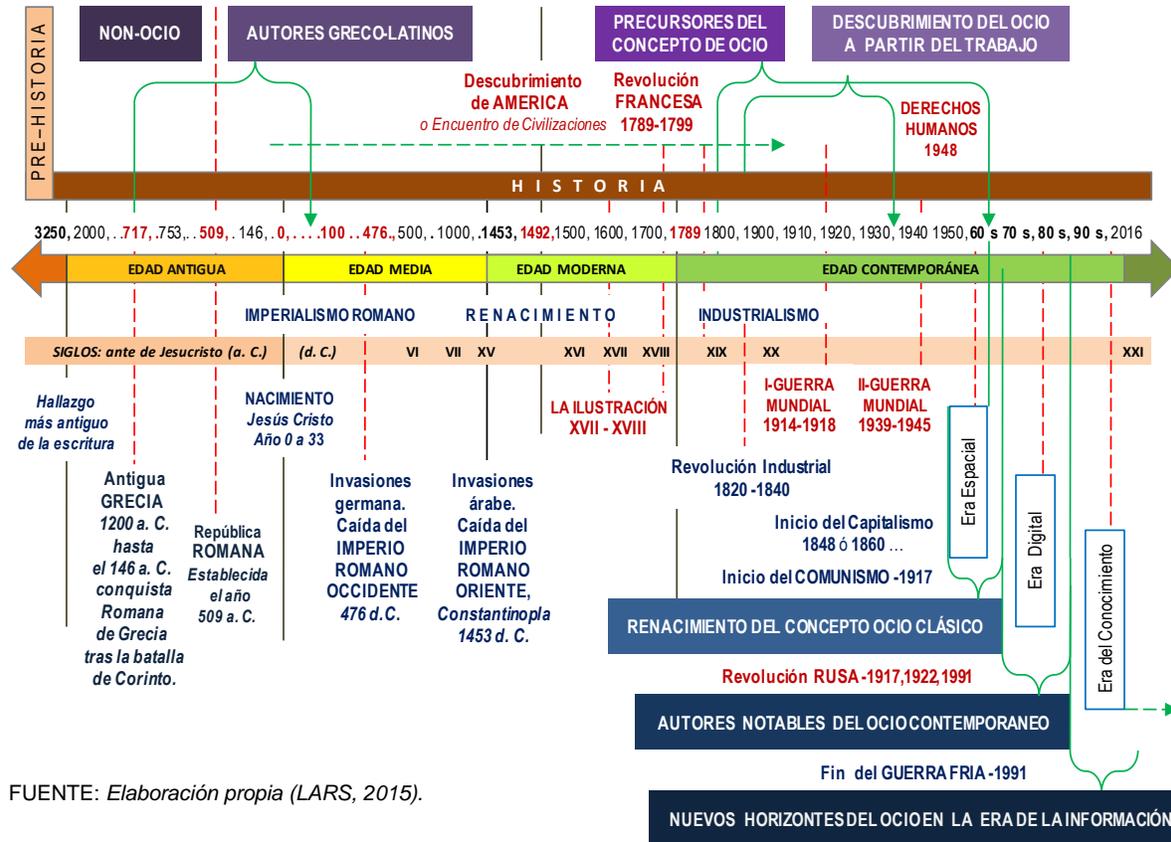
El concepto de ocio en la antigua Roma es múltiple y se puede ver en los distintos períodos de su historia, en los cuales se originó y fortaleció el ocio intachable, el ocio digno, el ocio sencillo y el ocio virtuoso. Son modalidades que han acompañado a la sociedad y lo siguen haciendo a través del tiempo, pero cada vez redefiniéndose y ajustándose conforme la relación economía y trabajo asalariado, que se fundamenta en la producción de objeto y servicios, cuya oferta y demanda crea desigualdades que se han replanteado a lo largo de la historia de la humanidad. Igualmente, el ocio se presenta en un primer escenario en el crecimiento y ocaso de imperio romano y una reedición a partir del Renacimiento, con la expansión del pensamiento europeo a otros continentes, siendo el ocio practicado por los que tenían poder económico y podían patrocinar eventos para sí, y para quienes eran simples trabajadores y esclavos, que de manera subrepticia, disfrutaban del ocio a partir de manifestación artística, o danza ritual, baile, juego, canto o actividades festivas (Huizinga, 1987).

Estos criterios sobre los propósitos y administración del ocio, que plantearon los grecolatinos desde el siglo V. a C, se mantuvieron con muy poca alteración. Los conocimientos de Aristóteles, sobre el ocio como el principio de todo lo que hacemos en el mundo, la visión de Cicerón y Horacio sobre la disminución y el manejo de la intensidad de las pasiones, los deseos, y la fortaleza frente a la adversidad, para alcanzar el equilibrio emocional dentro de una sociedad que cambia constantemente y que coacciona a sus pobladores para que alcancen la felicidad, ocurrieron en el Renacimiento. Época en que la tecnología, la ciencia y el arte se cruzaron provocando un cambio en la forma de ver y disfrutar el mundo, gracias a los mecenas y patrocinadores de ese tiempo.

## ***II.- La resignificación del Ocio Clásico al Ocio Humanista.***

Según los registros históricos realizados por los científicos sociales y los estudios del ocio, y la línea de tiempo que se muestra en el Mapa Conceptual No. 1.2, se puede apreciar el período que transcurre entre los siglos XVI al XVII, cuando el mundo se expandía gracias al Descubrimiento de América y la difusión del pensamiento europeo a este nuevo continente, con sus criterios filosóficos moldeados y ajustados a nacientes ideologías, sobre las cuales se continuarían difundiendo los criterios de ocio por el mundo occidental en una manipulada acción colonizadora vestida de descubrimiento. Como se puede apreciar, en el gráfico se acumulan los hechos y sucesos socioculturales en la medida que avanza la

interrelación de la ciencia, la tecnología y el arte; también se muestran momentos en los cuales se desarrolló el poder político y económico que transformó el pensamiento social y por supuesto los períodos en que las actividades de los mecenas<sup>8</sup> han sido más fructíferos a través de los siglos.



FUENTE: *Elaboración propia (LARS, 2015).*

MAPA CONCEPTUAL No. 1.2. LÍNEA DE TIEMPO DEL DESARROLLO DEL OCIO EN LA HUMANIDAD, en este conjunto información se puede apreciar una inclusión de la clasificación de los períodos de crecimiento del ocio, planteada por el Instituto de Estudio de Ocio, Universidad de Deusto, la clasificación universal de la historia por edades, resaltando los siglos y años que ilustran los instantes que influyen en el desarrollo de la humanidad y los momentos en los cuales este fenómeno ha sido estudiado. “Non Ocio” es el punto de partida en el cual se indica el período en que las antiguas civilizaciones ocupaban sus entornos, con la sola meta de trabajar y descansar para ser o existir, simplemente luchaban por vivir y trascender. Non Ocio, es solo para indicar el desbalance entre trabajo y el hecho de descansar por que el agotamiento así lo pedía. Pues, dominar las inclemencias del entorno natural y de las decisiones positivas o negativas de sus semejantes o las propias tomas de decisiones son las constantes que se repiten antes y después de que los griegos y los romanos comenzaran a observar el fenómeno de ocio.

La necesidad de ocio a partir del exceso de trabajo surgido a inicio de la Revolución Francesa y del Industrialismo, identifica el momento en que se consolidó el concepto moderno de ocio, y por supuesto quienes lo hicieron fueron los libres pensadores, artistas y sociólogos de la época. En este hecho se destacan: Johann Chistoph Friedrich Schiller,

<sup>8</sup> MECENAS: *Persona o fundación que posee poder económico, apoya el desarrollo cultural, protege a los científicos, artistas, adquiriendo o promoviendo sus obras, inventos o ideas innovadoras, procurando una satisfacción para sí mismos y para la colectividad (RAE, 2017). Este tema se tocará más adelante en esta investigación.*

Johan Huizinga y Herbert Marcuse; estos pensadores se distinguen por su dedicación al estudio del ocio y los enfoques dados a las nuevas maneras de practicarlo. Según Cuenca (2014):

“...no es posible considerar a ninguno de estos autores como clásico del ocio en sí mismo<sup>9</sup>, pues la utilización del término ocio no es esencial en sus obras. Para ellos importa más el término juego, la eliminación de la represión y el uso de la libertad para apreciar la belleza. Es precisamente ahí, donde se encuentra una lectura que hace referencia al ocio, enriquecida en la cultura clásica, porque estamos ante grandes humanistas, pero con unas características específicas modernas, propia de una realidad en la que nos reconocemos” (pp. 51 y 52).

### III.- Fin de la Primera Ola y preocupación por el fenómeno del Ocio Moderno

Siguiendo los Mapas Conceptuales Nos. 1.1, 1.2 y 1.3 nos situamos en los siglos XVII, y XVIII donde se marca el 1770 como el fin de la Primera Ola o la Era Agrícola, así como también el comienzo de la Segunda Ola, la Era de la Revolución del Industrial. En este período se muestra una civilización que separa la acción del productor de la del consumidor, en búsqueda de uniformizar, sincronizar; y centralizar el trabajo, en un grupo de obreros especializados que ocupan; coordinar y optimizar los procesos de producción con una administración altamente burocratizada (Toffler, 1980). En esta época surgen las corporaciones, sobre la base de una larga y dura jornada de trabajo, que generan luchas sangrientas y contradicciones en la sociedad de entonces. Karlos Marx<sup>10</sup> lo ilustra al afirmar, que toda la historia de la sociedad humana, hasta la actualidad, es una historia de lucha de clases. Los seres humanos hacen su propia historia, aunque bajo circunstancias influidas por el pasado que afectan fuertemente la economía de los pueblos. (Strathren, 2001).

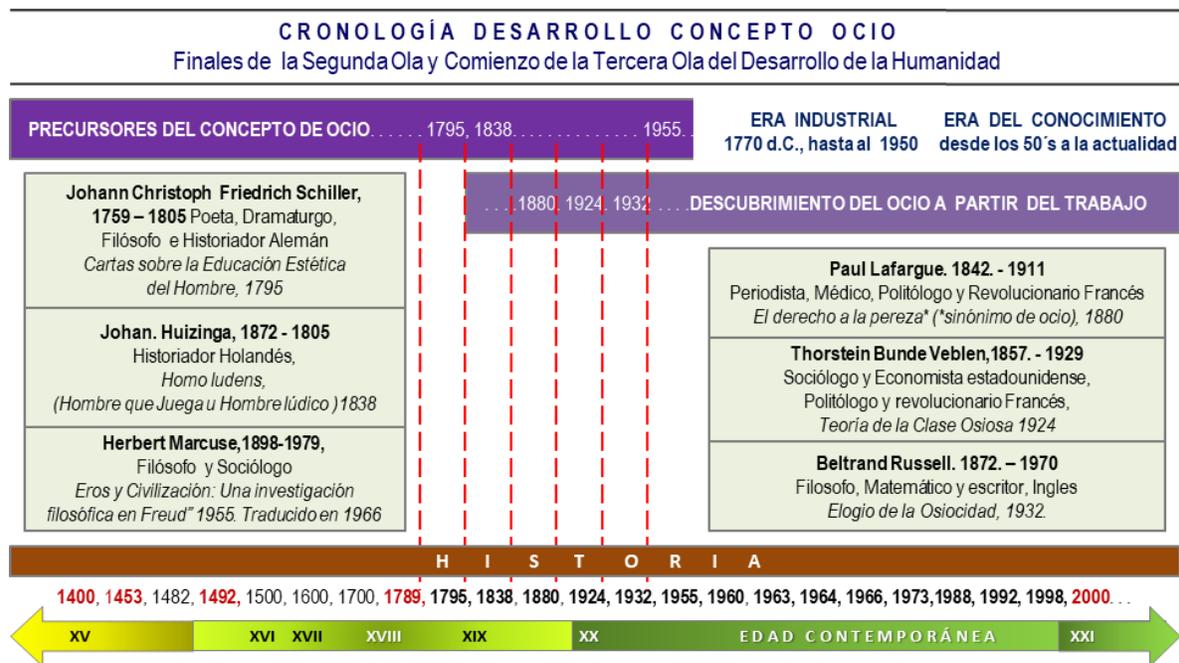
Tres autores que destacan por haber estudiado la importancia del ocio en la sociedad a partir del 1842 hasta 1970 y coinciden con haber descubierto la relación ocio y trabajo, ellos fueron: Paul Lafargue, Thorstein Bunde Veblen y Beltrand Russell.<sup>11</sup> (Ver Mapa Conceptual

<sup>9</sup> J.C. F. SCHILLER, J. HUIZINGA Y H. MARCUSE, fueron seleccionados por el Instituto de Estudio de Ocio de la Universidad de Deusto (UD), por sus estudios sobre el ocio y por la calidad de sus enfoques a las nuevas maneras de practicar el ocio en este Siglo XX. Identificándolos como “PRECURSORES DEL CONCEPTO DE OCIO.

<sup>10</sup> KARL HEINRICH MARX, 1818-1883. Filósofo y economista alemán. Autor del "Manifiesto Comunista" y del "El Capital, Crítica de la Economía Política". Se le llama Padre del Marxismo.

<sup>11</sup> P. LAFARGUE, T. B. VABLEN B. Y A. W. RUSSELL son autores que fueron seleccionados por El Instituto de Estudio de Ocio de la Universidad de Deusto (UD), por sus estudios sobre El Derecho a la Pereza 1880, Teoría da la Clase Ociosa, 1924

No.1.3). Paul Lafarque (1880) criticó el maltrato a los trabajadores quienes laboraban sin descanso y sin ningún tipo de reivindicaciones en el floreciente momento industrial, y observó que solo las clases más poderosas eran las que tenían acceso a sus momentos de ocio, y podían disponer de sus fortunas para hacer mecenazgo. Mientras que Thorstein Bunde Veblen (1924) presentó la otra cara de la misma sociedad, la era de los conquistadores que también se involucraban con el fomento y valoración del trabajo; contribuyendo, a partir del consumo, a un ocio necesario para la clase dominante, ya que hacer público cómo se debe utilizar el tiempo libre, le significó el aumento de su fortuna a muchos dueños de los medios de producción de principio de siglo pasado, lo que también le trajo notoriedad y variados beneficios, al hacer mecenazgo a discreción y hacer pública su posturas y entrega de patrocino filantrópico.



MAPA CONCEPTUAL No. 1.3. RESIGNIFICACIÓN DEL OCIO CLÁSICO AL OCIO HUMANISTA. Cronograma del desarrollo del ocio en la humanidad. Presentación de precursores del concepto ocio, el cual comienza a estudiarse en el segundo período (2DA OLA) de desarrollo de las artes, las tecnologías y las ciencias, identificado como el Industrialismo.

Beltrand Russell (1932) retomó los estudios de Lafargue desde una postura más lógica y positiva, defendió el avance del ocio, como lo concibieron los grecorromanos y en especial Aristóteles, que lo entendía como algo fundamental para la sociedad. En ese sentido,

y la creación del concepto de curiosidad ociosa, elogio de la ociosidad 1932. Fueron identificados bajo el título de DESCUBRIDORES DEL OCIO A PARTIR DEL TRABAJO.

Russell propuso un significativo recorte a la jornada laboral, una propuesta muy osada para la época. Él entendía que, en una sociedad donde nadie esté obligado a trabajar más de cuatro horas al día, todas las personas tienen la oportunidad de practicar sus aficiones, por tanto, recuperarían la salud, la alegría de vivir y la felicidad.

El inicio del capitalismo en la era del industrialismo, el surgimiento del comunismo y las luchas que se dieron por la libertad a partir del establecimiento de la Constitución Norteamericana de 1789, la Revolución Francesa (1789-1799) y el surgimiento de la democracia, marcaron la necesidad de un ocio para todos, durante estos períodos de cambios revolucionarios, el surgimiento de estos nuevos paradigmas culturales, fue el escenario de los enfoques de Paul Lafargue, Thorstein Bunde Veblen y Beltrand Russell, pensadores de la era industrial que abonaron el terreno social que permitió establecer la plataforma intelectual para sostener las teorías y las prácticas del ocio moderno.

### **1.1.2.- Del Renacer del Ocio Clásico al Ocio Contemporáneo**

Las declaraciones de John Howkins refieren que las tecnologías, las ciencias y las artes están permitiendo el crecimiento de un ocio valioso que ha de conciliar con una jornada laboral donde se desarrolle un trabajo más humano, que sea compatible con el tiempo y los espacios dedicados a un ocio digno, capaz de hacernos mejores individuos. Este quehacer está pendiente de realizar en la sociedad actual, pues las tareas de difundir y aprender los métodos para conjugar trabajo, ocio y felicidad, en una economía creativa que comprenda e integre los sectores que producen bienes y servicios, “cuyos valores estén sustentados en el respeto y la protección a la propiedad intelectual”, (Howkins en Buitrago, 2015, p.15)<sup>12</sup>, siempre dará resultados positivos para la sociedad. Así como también todas las conquistas alcanzadas con la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, en especial el artículo 24 sobre el derecho al ocio y el 27 sobre el disfrute de las artes, el progreso tecnológico, científico, y la protección de la propiedad intelectual que requiere las actividades culturales generadas por los individuos.

Al finalizar la Segunda Guerra Mundial (1939 - 1945), las naciones involucradas entraron en un período de recomposición política y económica que repercutió culturalmente en todo el mundo. Se desencadenaron importantes eventos, como la fundación de la Organización

---

<sup>12</sup> JOHN HOWKINS, autor de la economía creativa (2001 con edición actualizada en 2007), texto que acuña el término por primera vez, ofreciendo importantes definiciones y conceptos que son la base de numerosos trabajos, entre ellos los reportes titulados: La Economía Creativa 2008 y La Economía Creativa 2010 de la Conferencia de Naciones Unidas para el Desarrollo y el Comercio (UNCTAD).

de las Naciones Unidas (ONU)<sup>13</sup> la firma la Declaración Universal de los Derechos Humanos,<sup>14</sup> la cual recoge los derechos de carácter, civil, político, social, económico y cultural que afectan a todo ser pensante en el planeta. Esta serie de eventos, junto al avance de la tecnología y las ciencias humanas, hicieron que al finalizar la década de 1950, muchos países se alejaran del estilo de sociedad de Segunda Ola, en donde las corporaciones crecieron sobre el trabajo duro y de largas jornadas laborales.

A partir de esta década se inicia la llamada Tercera Ola, caracterizada por la apertura de una nueva era del manejo del conocimiento, la información, la comunicación y la tecnología (Toffler,1980), para formar una sociedad capaz de producir recursos basados en la generación del conocimiento, a través de un elevado esfuerzo sistematizado y organizado. Esto permitió el surgimiento de empresas que se han convertido en verdaderas industrias del ocio, o industrias culturales y creativas, las cuales generan recursos económicos al servicio de la gestión del desarrollo humano que pueda percibir que viene de verdaderas industrias que buscan ofrecer bienestar y felicidad.

Hoy el conocimiento tiene poder. Controla el acceso a las oportunidades y a los avances (Druker, 1974). Así pues, la educación es la llave para abrir la puerta del conocimiento que ha de ayudar a los pueblos a ser libres (Delor, 1996), y estos serán soberanos en la medida que aprendan a difundir una pedagogía de ocio y del manejo adecuado del tiempo libre.

En el siglo pasado, el concepto de ocio sufrió una metamorfosis que permitió el rescate y la proyección del ocio clásico grecorromano para ser visto desde la contemporaneidad de este siglo XXI, el cual fue redimido por grandes filósofos, sociólogos pedagogos, psicólogos y educadores. Humanistas todos que se distinguen por conocer el pensamiento clásico del

---

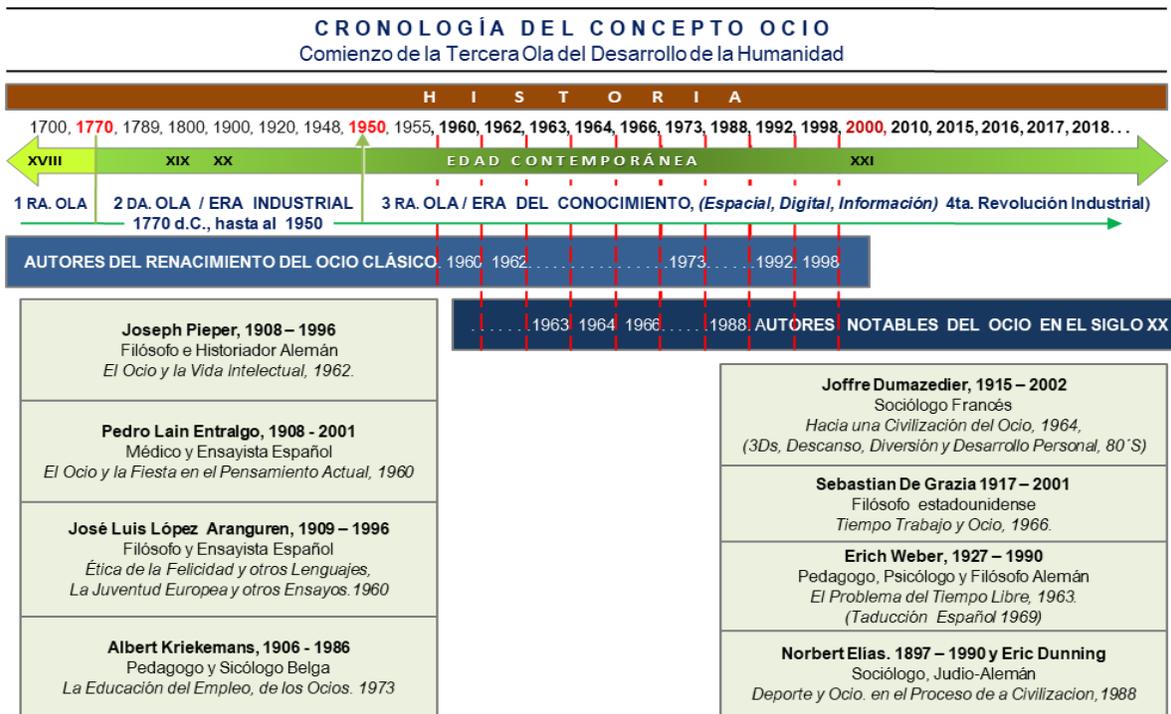
<sup>13</sup> ONU. Institución que reúne más de 50 Estados que se dicen ser civilizados, quienes se han puesto de acuerdo para que no vuelva a ocurrir más conflagración en donde la humanidad se vea amenazada. La Carta de las Naciones Unidas se firmó el 26 de junio 1945 y fue ratificada el 24 de octubre de 1945 (ahora declarado Día de las Naciones Unidas), que fue seguida de la creación formal de las Naciones Unidas, el 24 de noviembre de 1945.

[ONU](#): Fundamento de las normas internacionales de derechos humanos. En numerosas convenciones, declaraciones y resoluciones internacionales se han reiterado los principios básicos de derechos humanos como universales que propugnan por la igualdad y la no discriminación, los cuales vienen acompañados de derechos y obligaciones por parte de los responsables y los titulares de éstos. En la actualidad, todos los Estados Miembros de las Naciones Unidas han ratificado al menos uno de los nueve tratados internacionales básicos de derechos humanos, y el 80 % ha ratificado al menos cuatro de ellos, lo que constituye una expresión concreta de la universalidad de la DUDH y del conjunto de los derechos humanos internacionales.

<sup>14</sup> La Carta de las Naciones Unidas o la Declaración Universal de los Derechos Humanos (DUDH) es un documento contentivo de 30 artículos que se refieren a los derechos humanos considerados básicos, declarados bajo la Resolución 217 A (III), en la Asamblea General de las Naciones Unidas del 10 de diciembre de 1948 en la ciudad de París.

ocio, sobre el cual desarrollaron sus trabajos desde mediados del siglo XX, momento en que el mundo experimentó grandes cambios culturales (Guerra Mundial, conquista del espacio, desarrollos tecnológicos, científicos y artísticos), que dieron paso a nuevos paradigmas sociales y económicos.

Siguiendo la línea de tiempo mostrada, en el Mapa Conceptual No. 1.4 se ubican los aportes sobre el ocio en la historia reciente, cuyos autores son clasificados en dos grupos. Al primer grupo se les atribuyó el renacimiento del concepto clásico del ocio en los años de la década del 1960, por sus estudios directos sobre el tema. Al segundo grupo se les denomina autores notables del ocio en el siglo XX.



MAPA CONCEPTUAL No. 1.4. RENACER DEL OCIO CLÁSICO AL OCIO CONTEMPORÁNEO. (Elaboración propia (LARS, 2015) Cronograma del desarrollo del ocio en la humanidad. Aquí se muestran los científicos sociales que estudiaron el ocio clásico, en la contemporaneidad. Esos autores fueron grandes humanistas unidos por una preocupación con un denominador común, la teorización del ocio a partir del pensamiento clásico, que proyectaron hacia un ocio contemporáneo, sustentado en una práctica que observaron críticamente, cuyos trabajos fueron tomados por otros autores, para llevarlos a un nivel de discernimiento y aplicación más apegados a la realidad social de esa época y que han trascendido hasta nuestros días.

### *1.- Autores que enfocaron el renacimiento del Ocio Clásico en el siglo XX*

En este primer grupo se destaca al filósofo alemán Joseph Pieper, quien fue y sigue siendo, un referente de los estudios de ocio; su libro titulado: *El ocio y la vida Intelectual*, publicado por primera vez 1962, es citado frecuentemente por otros autores en estudios importantes sobre este fenómeno social. Pieper es reconocido como el gran defensor del ocio, ante las acciones que nos enloquecen en una cultura del trabajo excesivo. Planteó que el trabajo

nos está exigiendo cada vez una mayor especialización de conocimientos, exigencia que no nos deja ver más allá del trabajo. Pieper dio a entender que ocio y trabajo son inseparables, que uno no niega al otro, sino que existe una armonía vital que es producida por la oposición entre trabajo y el ocio. Pues trabajo y ocio no son términos opuestos, sino complementarios; son cara y cruz de la misma moneda. Sus planteamientos, dejan claro que la existencia del ocio no se justifica en virtud del trabajo ni al revés. Necesitamos estar ocupados y sentirnos útiles para nosotros mismos y para los demás.

Los planteamientos de Joseph Pieper influenciaron a muchos colegas y estudiosos de los efectos del ocio. Uno de los más destacados fue Pedro Laín Entralgo, un médico y ensayista español que publicó en 1960 su libro titulado: *El ocio y la fiesta en el pensamiento actual*, en el cual expuso para los lectores de habla hispana sus originales ideas sobre la importancia de los momentos festivos a partir del pensamiento de su maestro<sup>15</sup> y sus observaciones sobre la realidad de una clase media dentro de un modelo económico basado en el consumo. Un espacio en el que la “fiesta” no solo se presentaba como una opción simple de recreación, sino más bien como una actividad rescatadora de la cotidianidad, para generar placer y felicidad que hace sentir alegremente joven a quienes asisten a un evento de esta naturaleza.

La fiesta es la hora del ocio gozoso y rejuvenecedor (...) cada día de fiesta es un corte transversal y cíclico del tiempo del proyecto y el trabajo, y a la vez, en la medida que esto es humanamente posible, un retorno al origen y un rejuvenecimiento. (Lain, 1960, p.38).

Para Laín, la fiesta no siempre es descanso del mundo laboral, sino más bien un momento que nos colma de alegría, de un ocio que se realiza en la esfera del culto, de lo extraordinario y de lo sagrado, en donde saberes como el canto, la música, la danza o el baile maximizan la comprensión de la vivencia del ocio en la comunidad. “Las fiestas nos hablan de cohesión, solidaridad, identidad y pervivencia de los grupos humanos, porque son el mensaje con el que expresamos nuestro sí a la vida, afirmando la bondad del mundo y la existencia” (Cuenca 2014, pp.61y 62).

---

<sup>15</sup> JOSEP PIEPER, su publicación de 1962 titulada *El ocio y la vida intelectual*, sigue siendo un referente de los Estudios de Ocio, de modo que las ideas del discípulo, sin dejar de ser originales, son deudoras de su legado. Aun cuando las reflexiones de Pedro Laín Entralgo se dieran a conocer en formato libro en 1960, dos años antes que Pieper decidiera hacer publicar sus ideas. Laín Entralgo es quien introduce en España las nuevas ideas sobre el ocio que impera en Alemania y en el norte de Europa. Ambos autores sostienen que la experiencia del ocio, en sus diversos modos, forma parte de nuestra vida y es necesaria si queremos sentir con más frecuencia los momentos de felicidad.

Laín Entralgo no solo reafirma la función del ocio clásico, en las sociedades contemporáneas de mediados del siglo pasado, sino que aporta una mirada nueva sobre la fiesta como un espacio tiempo que abre una dimensión gozosa, una categoría que aclara en gran medida el concepto de ocio en la contemporaneidad de esta sociedad del siglo XXI, amante del espectáculo, mediático esos que hoy se destacan en los medios de comunicación de masa y en los grandes estadios o salas de presentación. Sin embargo, los estudios de López de Aranguren (1960) otro de los propulsores del renacimiento del ocio clásico<sup>16</sup>, planteó que la diversión y el ocio tienen un sentido diferente y de alguna manera opuesto. Pero, reconoce la revalorización que hicieron los precursores del concepto de ocio, quienes plantearon que el término juego se relacionaba con la eliminación de la represión, y la libre decisión de apreciar la belleza.

Aranguren afirmó en su libro: *Ética de la felicidad y otros lenguajes*, que la vida en la Edad Antigua estuvo centrada en el ocio, la Medieval en la fiesta y la Moderna en el trabajo, así pues, la evolución de la sociedad contemporánea tiende a caer en un posible peligro, pues el punto de interés de su desarrollo al parecer se está centrando en la diversión. Y es que cuando la diversión se confunde con el ocio como una única forma de alcanzar la felicidad, los medios de información junto a la falta de comunicación casi siempre abren momentos de enajenación, lo que sería negativo para el desarrollo de las personas. Aranguren planteó que el ocio prolífero requiere de planeación y un aprendizaje orientado, con lo que desmiente la creencia muy difundida de que no es necesario enseñar a nadie a practicar el ocio, porque cada cual sabe lo que tiene que hacer. Esta postverdad parte del placer que se siente coleccionando algo, jugando o haciendo el mal, actividades que pueden ser similares al goce que procuramos cuando ocupamos el tiempo libre; lo que confunde a quienes no conocen las bondades del ocio valioso. “El problema es que resulta más fácil encontrar placer en cosas que son fáciles, en actividades como el sexo y la violencia, que están ya programadas en nuestros genes” (Csikszentmihalye, 1988, p.154). Por el contrario, se tiende a rechazar las actividades en las que debemos tener entrenamiento para comprender los códigos de su lectura o las reglas sociales.

Es mucho más difícil aprender a disfrutar realizando acciones que fueron descubiertas recientemente en nuestra evolución (música, poesía, artes...) porque

---

<sup>16</sup> JOSÉ LUIS LÓPEZ ARANGUREN, 1909 – 1996, filósofo y ensayista, que ha publicado sus ideas sobre el ocio bajo el título: *Ética de la felicidad y otros lenguajes, la juventud europea y otros ensayos*, 1960. Según el equipo de investigación del Instituto de Estudio de Ocio de la Universidad de Deusto, es el segundo autor de origen español considerado como uno de los autores que enfocaron el renacimiento del ocio en el siglo XX. Por tanto, debe ser reivindicado, por sus profundas ideas sobre el ocio de su tiempo, la mayor parte de ellas validadas en la actualidad.

cada uno debe hacer realidad este paso. Los medios de comunicación plantean propuestas fáciles (...), pero no vivencias profundas ni sentidas. Las personas creativas ponen de manifiesto lo -gozosa e interesante que es una actividad compleja-. Se han convertido en pioneros de la cultura, modelos de lo que serán los hombres y mujeres del futuro, Para José Luis López Aranguren la cultura vivida como ocio implica un -nuevo humanismo- (Cuenca, 2014, p.64).

El desarrollo de la cultura educacional nos llevará a una que sea global, pero sin perder la esencia de la sabiduría local. Los analfabetos del siglo XXI no serán aquellos que no sepan leer o escribir, sino aquellos que no puedan aprender, desaprender y reaprender, (Toffler, 1980), pues el futuro será para quienes cosechan las habilidades que les permitan desarrollar sus inteligencias múltiples, sobre todo las que den apertura a un pensamiento crítico. Esto solo se logrará a través de una pedagogía apropiada, con un propósito educacional llevado a cabo por personas creativas, que no tengan miedo de aventurarse a lo desconocido, de caerse y después, sonriendo levantarse para volver a intentarlo. Con sus propias palabras pensadores y educadores latinoamericanos como: Benito Juárez, Paulo Freire, Eugenio María de Hostos, Pedro Henríquez Ureña, entre otras personalidades de finales del siglo XIX<sup>17</sup>, describen acciones pedagógicas que han influido en los procesos educativos.

La UNESCO ha recogido ideas y propuestas de modelos educativos en múltiples foros y los describe como: "Acción docente que solo se puede lograr si nos empoderamos de manera inteligente de nuestras capacidades de ser y hacer" Jacques Delor (1994), para promover una educación humanista que comulgue con la contemporaneidad y que permita encontrar en nuestro entorno y en nosotros mismos la fantasía, el sentido del humor y la

---

<sup>17</sup> PAULO REGLUS NEVES FREIRE (19 de septiembre de 1921-São Paulo, 2 de mayo de 1997) fue un educador y experto en temas de educación, de origen brasileño. Uno de los más influyentes teóricos de la educación del siglo XX. En 1967 Freire publicó su primer libro, La educación como práctica de la libertad. El libro fue bien recibido y se le ofreció el puesto de profesor visitante en la Universidad de Harvard en 1969. El año anterior había escrito su famoso libro Pedagogía del oprimido, fue publicado en inglés y en español en 1970.

BENITO PABLO JUÁREZ GARCÍA fue un abogado y político mexicano, de origen indígena, presidente de México en varias ocasiones, del 18 de diciembre de 1857 al 18 de julio de 1872. Se le conoce como el «Benemérito de las Américas» y por una de sus frases más célebres: «Entre los individuos, como entre las Naciones, el respeto al derecho ajeno es la paz» fue enunciada el 15 de julio de 1867, en su manifiesto expedido poco después de entrar triunfante en la ciudad de México.

EUGENIO MARÍA DE HOSTOS, (Mayagüez, 11 de enero de 1839 - Santo Domingo, 11 de agosto de 1903) fue un intelectual educador, filósofo, sociólogo y escritor puertorriqueño. Solía ser llamado el Ciudadano de América, por haber entregado su existencia a la lucha por la independencia de Puerto Rico, la unidad de las Antillas y de América Latina. En sus trabajos deja ver sus criterios sobre la educación y el ocio como, por ejemplo: "El tiempo, para el trabajo, es aire; para el ocio plomo" o "A nadie, por laboriosa que su vida se deslice, le falta un momento de ocio en que ... porque necesita un solaz social y no lo encuentra".

PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA (Santo Domingo, 29 de junio de 1884 - Buenos Aires, 11 de mayo de 1946) fue un intelectual, filólogo, crítico y escritor dominicano. Permanente educador y descubridor de vocaciones. Alfonso Reyes, su amigo de toda la vida escribió: "enseñaba a ver, a oír y a pensar, y suscitó una verdadera reforma de la cultura".

alegría que proviene de la satisfacción íntima, pero sobre todo en la que proviene al compartir con los demás. Lo expresado por J. Delor ya lo había expresado muy bien Albert Kriekemans (1973), en su libro *Pedagogía General*, en el cual dedicó un capítulo a la educación del empleo de los ocios presentando sus puntos de vista sobre este fenómeno social, político y económico que cada vez toma más relevancia para el ciudadano de este siglo XXI. Lo que llevó a Kriekemans, a reivindicar el desarrollo de la armonía personal, que procura establecer una unión de la cultura de nuestras capacidades de conocimiento y habilidades motrices, y tiende, por medio de la formación, a realizar la unidad armoniosa y el cultivo de todas nuestras tendencias, a fin de alcanzar, gracias a la educación moral, un orden digno del hombre; la cultura subjetiva, añadirá después, “consiste en la realización de sí mismo por el gobierno de la propia persona” (Kriekemans, 1973, p.517).

Kriekemans (1973, p.525) vio el ocio como “una recreación<sup>18</sup>, o sea, un medio para restablecer la voluntad y el valor de vivir”; lo definió como un ocio que recrea, y que le da valor a la existencia, que se convierte en una experiencia transformadora, que penetra a nuestro interior y cambia nuestra forma de ser, y nos devuelve las ganas de vivir y de compartir con los demás.

Desde su peculiar concepción del ocio, Kriekemans reflexiona sobre la formación señalando que el ideal de la persona autorrealizada, liberada y con claridad de ideas, prototipo del ejercicio de un ocio maduro, es consecuencia de una formación humanista profunda. Este es el mejor antídoto para soportar los embates de la propaganda, los impulsos de la moda o los estragos de una vida precipitada e irreflexiva. (Cuenca, 2014, p.66).

De este gran pedagogo, Albert Kriekemans destacamos sus aportes sobre la percepción que tiene ante la necesidad de formación que requiere la población sobre el ocio valioso y la capacidad que posee sobre las ideas educativas, que ayudan en la difusión de la pedagogía del ocio. Sus ideas junto a las de otros autores encauzaron investigaciones a partir del renacimiento del Ocio Clásico, las formas de trabajo en el siglo XX y XXI, han tomado gran importancia en el desarrollo del ocio contemporáneo en esta era de la información, que ya ha entrado en la cuarta revolución industrial, según lo planteado por los economistas y personalidades preocupadas por la pérdida de empleos y el desarrollo global (WEF, 2016).

---

<sup>18</sup> El término “recreación” está usado aquí en un sentido más profundo que el de “diversión, alegría, o deleite”. Siguiendo la definición de la Real Academia su significado es “acción y efecto de recrear”, entendiéndose por recrear la acción de “crear o producir algo nuevo” que, en este caso, es una nueva voluntad de vivir y un redescubrimiento del valor de la vida.

## II.- Autores notables que enfocaron el desarrollo del ocio del siglo XX

En esta segunda clasificación se incluyen cinco (5) autores que nacieron a finales del siglo XIX, y a principio del siglo XX y desarrollaron sus trabajos en un período de veintiséis (26) años (1962 al 1988). El motivo para seleccionar este grupo es porque sus trabajos que además de ser originales, son notables, pues influenciaron con sus pensamientos a la gran mayoría de investigadores sobre el ocio en los continentes europeo y americano. Norbert Elías, Eric Dunming, Joffre Dumazedier, Sebastian De Grazia, Erich Weber, son autores que estudiaron el pensamiento clásico sobre el ocio cuyos planteamientos no han perdido vigencia. Para esta tesis referimos algunas de sus notas, referentes a descanso, diversión, desarrollo personal y las manifestaciones clasificadas dentro de las Industrias Culturales y Creativas, muchas de ellas promovidas por el nuevo mecenazgo.

El primer aporte lo hacen Elías y Dunming (1988) quienes publicaron sus consideraciones sobre el particular en su libro: *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*, en donde profundizaron en el concepto de ocio como experiencia que aporta múltiples beneficios. Ellos exponen unos puntos, que son considerandos muy importantes por la comunidad científica para comprender la vivencia del ocio hoy. Dentro de estos rasgos seleccionados se aprecia unos muy particulares que ellos denominaron “Espectros del tiempo libre”, donde plantean tres rutinas<sup>19</sup> para administrar el tiempo libre, con las que se procuran beneficios psicofísicos<sup>16</sup>. Dentro de las variables estudiadas, identificaron acciones que son indicadoras y a la vez partes del proceso que ha de terminar en una real gestión de lo que el ocio valioso hace por la gente hoy.

---

<sup>19</sup> RUTINAS PARA OCUPAR EL TIEMPO LIBRE, DE ELIAS Y DUNMING.

- 1) ACTIVIDADES PARA PRÁCTICAR EN EL TIEMPO LIBRE. Satisfacción rutinaria de las necesidades biológicas y cuidado del propio cuerpo, que se pueden realizar en lugares públicos, pero principalmente en sus casas. Como, por ejemplo: autoestudio, leer, ver televisión, cultivar el jardín, educar y cuidar a los hijos; cuidar las mascotas o animales domésticos.
- 2) ACTIVIDADES INTERMEDIAS DE TIEMPO LIBRE. Tendentes principalmente a satisfacer necesidades recurrentes de orientación y/o autorrealización y expansión. Como, por ejemplo: participar en asuntos de la localidad como en elecciones, actividades caritativas y eclesíásticas, practicar algunas aficiones como: el coleccionismo, carpintería, astronomía, jardinería, o ayudar en actividades educativas a mayores o a personas con deficiencias físicas.
- 3) ACTIVIDADES RECREATIVAS QUE SE PUEDEN PERCIBIR HOY COMO OCIO. Se encuentran principalmente en actividades sociales donde somos invitados a reuniones en cierto modo formales; como por ejemplo reuniones en pubs, o fiestas familiares o vecinales, bodas, entierros, banquetes, o a cenar a la casa de un superior. o algunas actividades “miméticas” o de juego, actividades recreativas varias menos especializadas, en su mayoría de agradables índoles desrutinizadoras y con frecuencia multidireccionales, como por ejemplo viajar en vacaciones, comer fuera de casa para variar, tener relaciones amorosas desrutinizadoras, quedarse acostado un domingo por la mañana, cuidar el cuerpo de manera no acostumbrada, como tomando el sol o paseando. Tomado del Capítulo Ocio en el Espacio del Tiempo Libre (1998:117-156). *Deporte y Ocio en el Proceso de la Civilización*, Elías y Dunming (1998: 123-126).

Elías y Dunming sostienen que el estudio del ocio es necesario hacerlo desde una visión multidisciplinaria, dado el carácter complejo y multidimensionalidad con que las personas experimentan el fenómeno, relacionan cualquier vivencia de este tipo con sus gustos y sus modos de ser, pero también con su formación, posibilidad, medio, tradiciones, preconcepciones, mensajes de los medios de comunicación, etc. Toda esta riqueza de posibilidades hace que el ocio sea un medio de desarrollo individual y social. Lo que también hace valioso el ocio, es la constitución de un espacio en el que cultivar el cuerpo y el espíritu para llevar a cabo una vida mejor y de mayor calidad, es la meta en sí. Esta se logra a través de una buena práctica de deporte competitivo o deporte recreativo; que si en ocasiones la práctica intensa cansa al cuerpo siempre hace bien al espíritu y al alma, al involucrar a las personas de maneras diferentes en esta actividad, bien sean en rol de espectadores, fanáticos o visitantes ocasionales o practicantes activos.

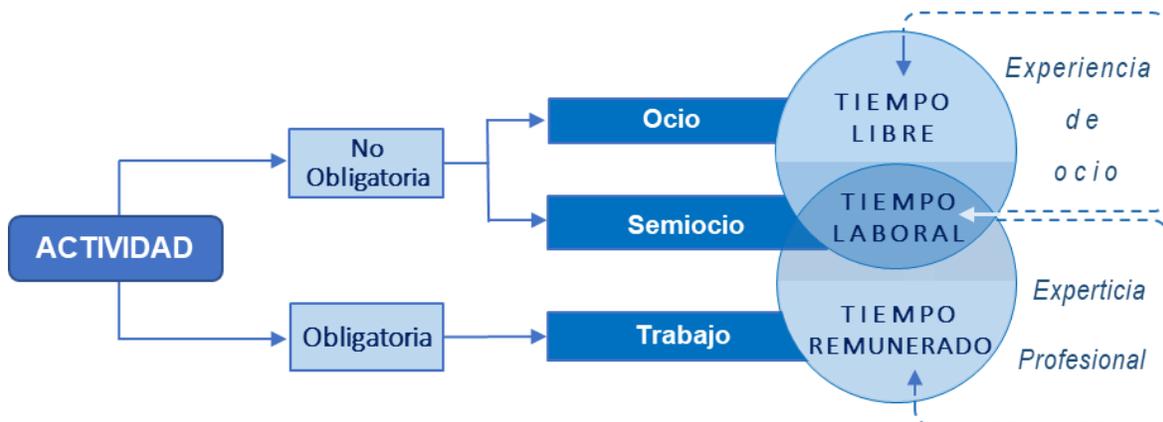
Otro de los autores que contribuyó con el fortalecimiento de las teorías del ocio, fue el sociólogo francés Joffre Dumazedier, cuyos aportes son de primer orden. Dentro de sus grandes contribuciones, se encuentran los planteamientos que afirman que el ocio y el trabajo son componentes centrales y complementarios en nuestras vidas, que afecta a la familia y a la sociedad. En su libro titulado: *Hacia una civilización del ocio*, publicado en 1964, defiende la idea de que la función del desarrollo del ocio a nivel personal se caracteriza por dos líneas de acciones esenciales.

- La primera plantea las perspectivas de la integración voluntaria en la vida de los grupos sociales que se recrean y se permiten el desarrollo innovador lo que ayuda a renovar sus actitudes y habilidades.
- La segunda línea parte de la convicción de que las motivaciones de ocio hacen posible que los colectivos de personas tengan oportunidad para que se puedan abrir a nuevos aprendizajes, a conocimientos innovadores, creativos y libres, que faciliten el desarrollo completo de la personalidad individual y social, es decir que un trabajo humano demanda un ocio humano y viceversa. “La razón es importante, la humanización del trabajo es inseparable del ocio” (Cuenca, 2014, p.70). Sus ideas se afianzaron en la década de los 80 al plantear las tres funciones del ocio, conocidas como las tres D de Dumazedier: Descanso, Diversión y Desarrollo personal (Dumazedier, 1964).

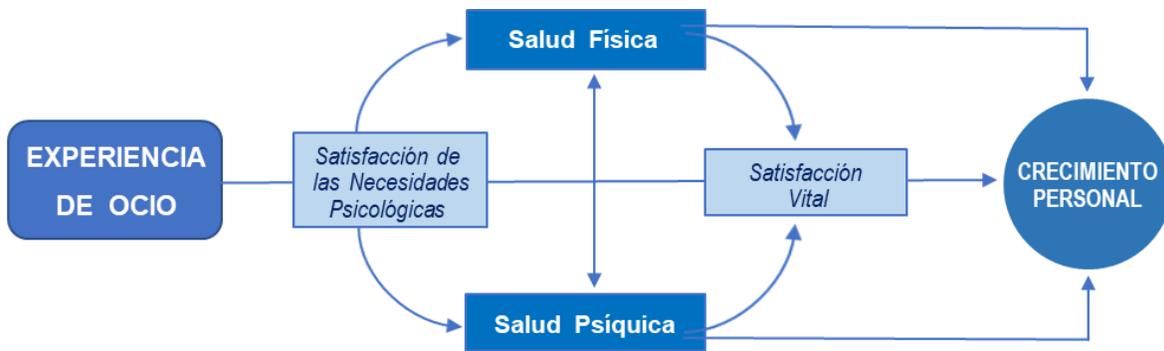
A partir de las investigaciones de Dumazedier, el ocio es considerado como fenómeno liberador, creador y contestatario, que proyecta y realiza nuestros deseos permitiéndonos ser creativos para alcanzar una y otra vez la oportunidad de recrearnos, o reinventarnos cual acto liberado de la fatiga, el aburrimiento y el tedio diario, lo que nos abre las puertas a un mundo flexible en donde proyectamos nuestras formas de ser diferentes. A partir de este consenso de hechos positivos sobre el ser un individuo que vive en comunidad, se ha dado a conocer su definición más fehaciente sobre este fenómeno:

El ocio es un conjunto de ocupaciones a las que el individuo puede dedicarse voluntariamente, sea para descansar o para divertirse, o para desarrollar su formación o formación desinteresada, su voluntaria participación social o su libre capacidad creadora, cuando se ha liberado de sus obligaciones profesionales, familiares o sociales (Dumazedier, pp.30-31 1964).

Una definición que tomó fuerza en los años de 1980 cuando los estudios científicos del ocio continuaban en avance. Esto se puede ver en el modelo elaborado por Tinsley y Tinsley (1986) en el cual se comprobó la relación entre la satisfacción de necesidades inherentes a ser humano y los beneficios psicológicos derivados del ocio, demostrando que su práctica contribuye al mantenimiento y mejora de la salud física y mental; así como también al crecimiento personal y la satisfacción vital. En este planteamiento coinciden los de Dumazedier y otros estudiosos de finales del siglo pasado que siguieron los estudios de estos científicos. (Ver Mapas Conceptuales Nos. 1.5 y 1.6).



MAPA CONCEPTUAL No. 1.5. SÍNTESIS GRAFICADA DE LAS ACTIVIDADES DEL SER HUMANO, según Joffre Dumazedier (1980)



MAPA CONCEPTUAL No. 1.6. GRÁFICA DE SATISFACCIÓN DE LAS EXPERIENCIAS, presentado por Tinsley y Tinsley (1986)

En ese tenor, los estudios de Erich Weber, sobre el tema en cuestión son interesantes en este período de la incipiente industria cultural de la década de los años 1960, pues su planteamiento defiende la utilización correcta del tiempo libre, en la que se practica algún tipo de ocio. Weber analizó la incidencia del tiempo libre y sus problemas, partiendo de una consideración sociológica, antropológica y, muy especialmente, desde una visión pedagógica; así lo refiere en su libro titulado: *El Problema del Tiempo Libre* (publicado en 1963 y traducido al español en 1969), donde coincide con otros autores de la época en cuanto a la importancia y sentido de acciones como, el juego, el deporte, los hobbies, las vivencias artísticas, las fiestas y el descanso renovador. Sus planteamientos al respecto se diferencian en que él lo plantea desde un punto de vista global, que cuando se refiere a la necesidad de un tiempo libre, lo hace sobre las bases de un nuevo modo de educar, es decir de rehacer la educación.

“La educación no puede hacer otra cosa que el individuo adopte decisiones correctas en su tiempo libre” (Weber 1969, p.445). En virtud de esto consideró, que las formas pedagógicas legítimas más importantes para influir en la educación del ocio y el uso del tiempo libre son seis (6):

- 1) Actuar como estímulo para las personas;
- 2) Iniciar e introducir en diferentes tipos de actividades de ocio;
- 3) Facilitar y hacer accesibles los lugares y presupuestos necesarios para la práctica de determinadas actividades;
- 4) Promocionar cualquier información sobre modos de realizar las distintas prácticas de ocio;
- 5) Proteger y preservar de los peligros y amenazas de la vida del tiempo libre; y transformar y mejorar las circunstancias que puedan suscitar ciertos reparos pedagógicos.

El pensamiento que Weber descrito en las líneas anteriores, no tiene una gran originalidad desde el punto de vista pedagógico. Pero, sus investigaciones publicadas en su libro *El Problema del Tiempo Libre*, verifican la realidad del uso del tiempo libre de la Europa Occidental de los años 1960 al 1970. Su planteamiento trascendió, al enfrentar los problemas pedagógicos del momento, y proponer un sistema educativo que fuera capaz de establecer parámetros que pudieran prever los peligros que trae el desconocimiento del uso inapropiado del tiempo libre. Es preciso apuntar, que su propuesta la formuló en una sociedad industrial con características distintas a la actual, en la que el tiempo de no trabajo y su área de incidencia, demandaban un esclarecimiento de las pautas pedagógicas generales, que accediera ver los lineamientos para establecer en un futuro un modelo pedagógico vinculado a las políticas sociales que permitieran el avance de la educación como una práctica de la libertad (Freire, 1967).

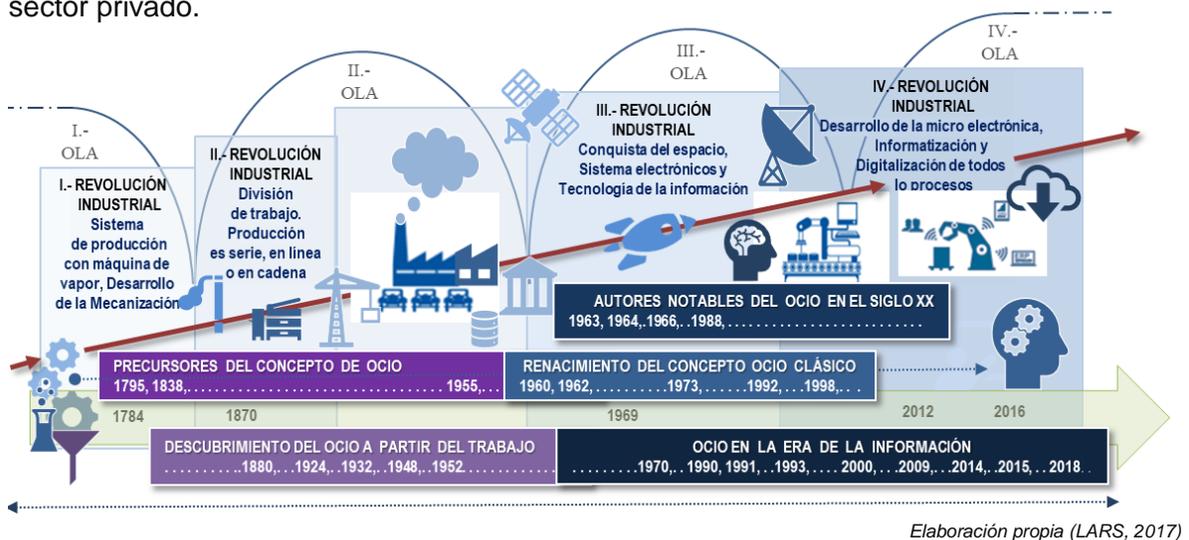
Es precisamente lo que Eric Weber visualizó, por eso expresó, que no se trataba de un problema de tiempo o de uso de tiempo, sino de educación en un sentido global, en la que las personas y las comunidades debían de estar preparadas para hacer algo dentro de las muchas opciones posibles que se podía en ese momento, y como en efecto ha sucedido en estos cincuenta y cinco años (55), a partir de la publicación de sus ideas (1963-2018). El ocio gana cada vez más terreno en el campo de la educación y las ofertas de servicios y productos creados para el bienestar de las personas.

En las últimas décadas, las actividades de ocio se vienen consolidando como un claro referente de desarrollo social, lo que las convierte en un gran desafío para las instituciones públicas y privadas en la búsqueda de la igualdad de oportunidades para el aprovechamiento del tiempo libre como un contexto lúdico-formativo.

La creciente demanda de intervenciones en el ámbito del ocio es una realidad que nos exige reflexionar sobre la necesidad de ampliar, diversificar, organizar e institucionalizar la oferta de programas renovados y adaptados a la sociedad actual. Pero esto no debe entenderse como actuaciones anárquicas, aisladas o carentes de coherencia en relación con el entorno socio-cultural de la zona, sino que se debe buscar una conexión entre los programas ofertados, la adaptación a las demandas de cada zona (...) Así pues, los pedagogos y los políticos, especialmente aquellos responsabilizados del área educativa, se encuentran con un gran reto: ejercitar y desarrollar programas lúdicos renovados que favorezcan una auténtica integración y bienestar social. (Otero López, 2009, p.4).

### 1.1.3.- Nuevos horizontes del ocio en la Era de la Información

Siguiendo el recorrido de los aportes sobre la importancia del tiempo libre y la relación simbiótica con el trabajo, el ocio, la educación y el patrocinio, continuamos estudiando las diferentes teorías y aportes relacionados con el tema objeto de estudio de esta tesis. Seguimos los avances identificados en el Infografía No.1.1, en donde mostramos una relación de las revoluciones industriales, identificadas también como olas de desarrollo tecnológico de la humanidad, igualmente se puntualizan instantes en que los estudios del ocio han aumentado su presencia a partir de la declaración de los Derechos Universales (1948) hasta la Revolución Tecnológica (DAVO, 2016), se identifican momentos en los que la humanidad ha tenido un avance institucional a partir de encuentros, foros en los que se han hecho convenciones sobre el tráfico y aumento del conocimiento, gracias al desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación, patrocinadas por el Estado y/o el sector privado.



INFOGRAFÍA No. 1.1. RELACIÓN COMPARATIVA, DESARROLLO DEL OCIO EN LA HUMANIDAD. En esta proyección visual se presentan cuatro momentos en los cuales se han enfatizado los estudios de Ocio, aumentando las fuentes documentales, las cuales sustentan la cantidad de estudios de ocio.

Durante el período 1948-2018, han surgido en estos setenta años importantes investigaciones sobre el uso del tiempo libre y el ocio, las cuales exponemos siguiendo el orden que pauta el siguiente Marco Conceptual No. 1.7, donde se muestran los resultados de los trabajos de los autores que se enfocaron en el renacimiento del ocio clásico, para realizar aportes notables en el siglo XX, cuyos planteamientos sobre el ocio y el uso del tiempo libre trascendieron para seguir fortaleciendo los estudios de ocio en este siglo XXI. Así lo confirman los investigadores que mostramos en el siguiente mapa conceptual.



*Elaboración propia (LARS, 2015)*

MAPA CONCEPTUAL No. 1.7. NUEVOS HORIZONTES DEL OCIO EN LA ERA DE LA INFORMACIÓN. Cronograma del desarrollo del ocio en la humanidad. En esta línea de tiempo se presentan el punto de arranque para el establecimiento del ocio en un mundo de cambios tecnológicos trascendentes, la Era de la Información o la Cuarta Revolución Industrial de la Humanidad. En esta relación cronológica se presenta los instantes en los cuales los estudios de Ocio han tenido un avance, así lo reportan importantes investigaciones realizadas por científicos sociales y humanistas cuyos aportes son utilizados por el Instituto de Estudios Ocio de la Universidad de Deusto, la cual viene trabajando desde el siglo pasado sobre el ocio, su relación y efectos en los individuos y la sociedad. Así como también organizaciones no gubernamentales como la Organización Mundial de Ocio (*World Leisure Organization, WLO*), la Asociación Mundial del Ocio y la Recreación (*World Leisure and Recreation Association, WLRA*) entre otras surgidas en las últimas cinco décadas.

Antes de ver los aportes de Asociación Mundial del Ocio (*World Leisure Association, WLA*), Douglas Kleiber, Karla Henderson, Roberto Igarza, Mihály Csikszentmihályi, Manuel Cuenca Cabeza, Chistieanne L. Gomes, y Rodríguez Elizalde. Es importante que toque un hecho ocurrido en 1948, el cual ha sido trascendente para la paz en la sociedad global.

A juicio de muchos de los autores estudiados, este evento dio un gran empuje para difundir el derecho al ocio. Este acto colectivo se conoce como la Declaración Universal de los Derechos Humanos<sup>20</sup>, en donde se estableció una especie de marco legal para la protección de la vida humana y la difusión de la cultura, especialmente en los artículos 23, 24, 26 y 27, referentes al derecho al trabajo, al ocio, a la educación y a la cultura.<sup>21</sup>

<sup>20</sup> **La Declaración Universal de los Derechos Humanos** es un documento que marca un hito en la historia de los derechos humanos. Elaborada por representantes de todas las regiones del mundo con diferentes antecedentes jurídicos y culturales, la Declaración fue proclamada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en París, el 10/12/1948 en su Resolución 217 A (III), como un ideal común para todos los pueblos y naciones. Establece, por primera vez, los derechos humanos fundamentales que deben protegerse en el mundo entero y ha sido traducida en más de 500 idiomas. (ONU. 2017).

<sup>21</sup> **Artículo 23.** (1) Toda persona tiene derecho al trabajo, a la libre elección de su trabajo, a condiciones equitativas y satisfactorias de trabajo y a la protección contra el desempleo. (2) Toda persona tiene derecho, sin discriminación alguna, a

El hecho de reunir en una institución mundial desde 1952 a todos los que piensan sobre la importancia y necesidad de difundir los beneficios del ocio es un hito importante. Hoy, se pueden identificar las instituciones no gubernamentales como las responsables de continuar trabajando para dar seguimiento al desarrollo que ha tenido la nueva visión del concepto de liberación que se difunde como ocio (ver primer recuadro del Mapa Conceptual No. 1.7). Ahora bien, ¿qué se entiende como ocio valioso?, la respuesta se ha venido encontrando en los estudios que se desarrollaron en la década de los 90 en los ámbitos de la psicología, la sociología y la educación, sin dejar atrás los eventos que se vienen realizando desde inicio del siglo XXI, como son: Los Programas de la Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD, los cuales se realizan para que los pueblos desplieguen estrategia en pro del bienestar y enfrentar el desafío de repensar el desarrollo para el bienestar de sus gente; El foro de Economía Mundial, (*The World Economic Forum, WEF, DAVO-Suiza*) en donde se reúnen los dirigentes y gobernantes para tomar decisiones en torno a eliminar la brecha entre los pobres y los ricos. Los países menos desarrollados y los que más poseen, se han puesto de acuerdo para definir el ocio; y desde 1994 la Asociación Mundial del Ocio (*World Leisure Association, WLA*), en su Capítulo Internacional para la Educación del Ocio establecieron que:

- 1.- El ocio se refiere a un área específica de la experiencia humana, con sus beneficios propios, entre ellos la libertad de elección, creatividad, satisfacción, disfrute y placer, y una mayor felicidad. Comprende formas de expresión o actividades cuyos elementos son frecuentemente tanto de naturaleza física como intelectual, social, artística o espiritual.

---

igual salario por trabajo igual. (3) Toda persona que trabaja tiene derecho a una remuneración equitativa y satisfactoria, que le asegure, así como a su familia, una existencia conforme a la dignidad humana y que será completada, en caso necesario, por cualesquiera otros medios de protección social. (4) Toda persona tiene derecho a fundar sindicatos y a sindicarse para la defensa de sus intereses.

**Artículo 24.** Toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas.

**Artículo 26.** (1) Toda persona tiene derecho a la educación. La educación debe ser gratuita, al menos en lo concerniente a la instrucción elemental y fundamental. La instrucción elemental será obligatoria. La instrucción técnica y profesional habrá de ser generalizada; el acceso a los estudios superiores será igual para todos, en función de los méritos respectivos. (2) La educación tendrá por objeto el pleno desarrollo de la personalidad humana y el fortalecimiento del respeto a los derechos humanos y a las libertades fundamentales; favorecerá la comprensión, la tolerancia y la amistad entre todas las naciones y todos los grupos étnicos o religiosos, y promoverá el desarrollo de las actividades de las Naciones Unidas para el mantenimiento de la paz. (3) Los padres tendrán derecho preferente a escoger el tipo de educación que habrá de darse a sus hijos.

**Artículo 27.** (1) Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten. (2) Toda persona tiene derecho a la protección de los intereses morales y materiales que le correspondan por razón de las producciones científicas, literarias o artísticas de que sea autora.

2.- El ocio es un recurso importante para el desarrollo personal, social y económico y es un aspecto importante de la calidad de vida. El ocio es también una industria cultural que crea empleo, bienes y servicios. Los factores políticos, económicos, sociales, culturales y medio ambientales pueden aumentar o dificultar el ocio.

3.- El ocio fomenta una buena salud general y un bienestar al ofrecer variadas oportunidades que permiten a individuos y grupos seleccionar actividades y experiencias que se ajustan a sus propias necesidades, intereses y preferencias. Las personas consiguen su máximo potencial de ocio cuando participan en las decisiones que determinan las condiciones de su ocio.

4.- El ocio es un derecho humano básico, como la educación, el trabajo y la salud, y nadie debería ser privado de este derecho por razones de género, orientación sexual, edad, raza, religión, creencia, nivel de salud, discapacidad o condición económica.

5.- El desarrollo del ocio se facilita garantizando las condiciones básicas de vida, tales como seguridad, hospedaje, comida, ingresos, educación, recursos sostenibles, equidad y justicia social.

6.- Las sociedades son complejas y están interrelacionadas y el ocio no puede desligarse de otros objetivos vitales. Para conseguir un estado de bienestar físico, mental y social, un individuo o grupo debe ser capaz de identificar y lograr aspiraciones, satisfacer necesidades e interactuar de forma positiva con el entorno. Por lo tanto, se entiende el ocio como recurso para aumentar la calidad de vida.

7.- Muchas sociedades se caracterizan por un incremento de la insatisfacción, el estrés, el aburrimiento, la falta de actividad física, la falta de creatividad y la alienación en el día a día de las personas. Todas estas características pueden ser aliviadas mediante conductas de ocio.

8.- Las sociedades del mundo están experimentando profundas transformaciones económicas y sociales, las cuales producen cambios significativos en la cantidad y pauta de tiempo libre disponibles a lo largo de la vida de los individuos. Estas tendencias tendrán implicaciones directas sobre varias actividades de ocio, las cuales, a su vez, influirán en la demanda y la oferta de bienes y servicios de ocio. (Word Leisure, 1994, p.13).

Partiendo de los anteriores lineamientos<sup>22</sup>, los autores que han publicado sus trabajos después del año 2000 lo hacen desde su óptica cuasi-personal, es decir que sus investigaciones sobre la diversión, recreación y descanso, parte desde sus experiencias con el conglomerado social, al ser influenciados por los acomodamientos tecnológicos, siempre buscando resultados positivos en las personas y en la comunidad. Como afirmara el padre de la gerencia moderna, Peter Drucker (2005), todo buen gerente lo es porque procura innovar al encontrar nuevos o mejores usos a los recursos de los que ya se tenían. Es precisamente lo que Douglas Kleiber, Karla Henderson, Roberto Igarza, Mihály Csikzentmihályi, Manuel Cuenca, Chistieanne L. Gomes, Rodríguez Elizalde, y otros estudiosos contemporáneos han estado haciendo con relación al tema que nos ocupa. Ellos han enfocado de manera creativa los conceptos de ocio y han hecho innovación atendiendo a las necesidades actuales de esta sociedad interconectada, donde la población está empoderada más que nunca del manejo de su tiempo libre.

Así pues, “el ocio es una trama que se caracteriza por experiencias tanto de ausencia como de responsabilidad, que pueden influir a la hora de facilitar los procesos del desarrollo humano”, (Kleiber, 2000, p.65). Pero siempre dentro de un ámbito legal, pues “el ocio justo y la sana recreación contribuyen a la justicia social”. Esa que cuando se procura se refiere a la ecuanimidad, esa que trae justicia cargada de imparcialidad que culmina en hacer lo correcto (Henderson, 2000. p.37), para asegurarse que el ocio contribuya a la valoración de todas las personas. Estos dos profesores investigadores han especializado sus investigaciones sobre lo correcto, lo ético y las acciones que nos dañan, cuando entramos en ocio nocivo. O sea, una práctica inadecuada del ocio nos consume y distrae el tiempo que podríamos usar para algo productivo. Como lo que plantea el profesor Robert Igarza (2009) en lo relativo a la pérdida de tiempo o el manejo dosificado de este:

---

<sup>22</sup> CARTA INTERNACIONAL PARA LA EDUCACIÓN DEL OCIO WLRA, El Seminario de WRLA sobre Educación del Ocio, celebrado en Jerusalén en agosto de 1993, fue convocado, principalmente, como respuesta a las crecientes expectativas a nivel mundial respecto a los beneficios del ocio. Los debates se centraron en las necesidades de los países industrializados, aunque también abordaron temas similares de otros países. La Carta es el resultado de los avances logrados en los documentos existentes sobre ocio, incluidas la Declaración de Malta sobre el Derecho del Niño al Juego, la Carta sobre Tiempo Libre Pedagógico de la Asociación Europea de Ocio y Recreación (*Carta Freizeitpädagogik*), la Carta sobre Ocio de la Asociación Mundial de Ocio y Recreación, la Carta de Ottawa sobre Promoción de la Salud y la Declaración sobre «Ocio, Turismo y Medio Ambiente» del Congreso de la WLRA de 1991. La Carta de la WLRA sobre Educación del Ocio fue adoptada por el Consejo de la WLRA en la reunión de India en diciembre de 1993. 1Traducción de Yolanda Lázaro Fernández de: WLRA (World Leisure and Recreation Association), «International Charter for Leisure Education» ELRA (European Leisure and Recreation Association). Summer, 1994, pp. 13-16.

El ocio se consume en pequeñas píldoras de fruición, brevedades que pueden disfrutarse en los micro-espacios que dejan las actividades laborales o en los fragmentos de dedicación ociosos que el usuario se adjudica durante los desplazamientos en su tiempo libre en el hogar (p.42).

Estos momentos de ocio procurado a través del ciberespacio y las tecnologías de la comunicación no se consideraban a principio de siglo XXI para su estudio. Ahora, ante el aumento de las industrias creativas y la entrada de la cuarta revolución industrial, se ha comenzado a estudiar desde ocio autotélico en la dimensión creativa y lúdica. Así como también en las coordenadas de ocio ausente y nocivo, identificándolo como ocio digital.

Otro autor que comenzó a publicar sus trabajos en este periodo fue Csikszentmihalyi (1990), quien estudió el ocio a través de ciertas prácticas estructuradas, como los deportes, algunas actividades artísticas o científicas o simplemente estar en el baño en alguna actividad homeostática; son momentos de experiencia óptima en los que las personas se encuentran absortos de una forma intensa y agradable, experimentando una pérdida de la autoconciencia en la que se tiene la sensación de que el tiempo no ha pasado. Csikszentmihalyi denominó a esta experiencia “*flow*” (fluido, fluir o rutina óptima), y comprobó que aparece cuando existe un equilibrio entre habilidades y desafíos.

En su tesis doctoral, este investigador analizó cómo los artistas jóvenes afrontaban la creación de sus cuadros; experiencias que publicó en el libro “*The Creative Vision*” (1976). Esta experiencia del “*fluir*” fue desarrollada en el mundo de la psicología social que cuando trabajó en su proyecto “*Beyond boredom and anxiety*” (1975). Csikszentmihalyi (1975, 1988, 1992) construyó este modelo idóneo para estudiar a las personas cuando están en actividades placenteras y sienten que el tiempo no les alcanza o “se les va de las manos”, una sensación muy de este siglo XXI, pues el “fluir” está vinculado con el ocio y las industrias culturales y creativas, dado que en estas intervienen mecanismos que hacen oscilar a las personas del tedio a la ansiedad, haciendo que entren en un momento que se denomina “Estado de Entropía Psíquica”, o “caos en el pensamiento”, y del que se sobre pasa si las personas logran una experiencia óptima que solo se alcanza en momentos que se practican un ocio que converja en experiencias autotélicas. (Csikszentmihalyi, 1990) “Esto puede suceder cuando todos los componentes de la conciencia están en armonía entre sí, y con las metas del propio sujeto”. Estos descubrimientos han sido tomados y

difundidos por autores contemporáneos,<sup>23</sup> quienes han considerado el “*fluir*” como un trabajo altamente creativo y sobre todo por el desarrollo y crecimiento que obtienen las personas, al entender la dinámica de la complementariedad que se da entre trabajo y ocio. Csikszentmihalyi ha sido incluido dentro de los autores que tocan el ocio en la era de la información, en el entendido de que los mecenas y patrocinadores procuran en su acto de filantropía un estado de flujo de energía que les aporta bienestar para sí y los demás, un hecho digno de ser investigado en un futuro.

Otro autor contemporáneo es Manuel Cuenca Cabeza, quien ha recogido en sus múltiples publicaciones el sentir de otros científicos, quienes también investigan sobre los efectos del ocio, crean y descubren fórmulas que ayudan a implementar estrategias en pro del desarrollo humano. En él reconocemos el trabajo de mujeres y hombres que conforman la Red de Equipos de Investigación OcioGune y Otium<sup>24</sup>. Para Cuenca (1988) y para el equipo de investigación del Instituto de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto, los estudios del ocio se encuentran en uno de sus mejores momentos. Esto se manifiesta en lo que la Red OcioGune viene produciendo desde 2006, promoviendo el intercambio de resultados y experiencias científicas, así como la difusión de nuevos proyectos y líneas de investigación desarrollados en la Comunidad Europea y las Américas.

#### 1.1.4.- Ocio en Latinoamérica y el Caribe

Varios estudiosos de la región señalan las dificultades conceptuales que tocan a las palabras ocio, recreación y términos similares, tales como animación sociocultural y tiempo libre. Muchas veces esos términos son utilizados indistintamente, generando equívocos conceptuales, contradicciones y variados problemas de comprensión, Elizalde (2010), transcurrido el tiempo esto ha ido aclarándose y posicionando lentamente una diferenciación entre esos conceptos. Gracias a las universidades e institutos superiores de la región que ofertan cursos, seminarios, licenciaturas y maestrías profesionalizantes sobre: la recreación y el tiempo libre; las teorías y las políticas de ocio; el mejoramiento del medioambiente; las ofertas de salud, deporte y turismo, la aceptación de programas de formación instruccional y formación técnica indican que los conceptos de ocio y recreación

---

<sup>23</sup> FREDERIC MÚNNE, 1980, 1995; Deci y Ryan, 1991; Hernández Mendo, 1999; Mannell, 1979, 1980; Tinsley y Tinsley, 1986, son los autores contemporáneos cuyos trabajos se relacionan con los de Mijail Csikszentmihalyi.

<sup>24</sup> OCIOGUNE y OTIUM son foros dirigidos a personas expertas, académicas, investigadoras y profesionales interesados en el intercambio de conocimiento, pensamiento y reflexión sobre la observación de la realidad social, las transformaciones en curso y las tendencias futuras del ocio que se está dando a nivel global. Esta importante Red está presidida por la Universidad de Deusto e integra otras IES que estudian el fenómeno del ocio. (Tomado del portal: Catedra de Ocio- UD).

en el tiempo libre en los habitantes en las Américas se está aclarando cada vez más. Gomes y Elizalde, sostienen que en este siglo XXI, no se puede continuar entendiendo las cosas como hace años, porque el mundo complejo del ocio se ha abierto a una nueva realidad. Una, que se hace presente a través del aumento del consumo cultural.

Según las conclusiones el acceso, la variedad, la calidad y las ofertas culturales en América Latina se han multiplicado en este siglo. Aproximadamente seis (6) de cada diez (10) personas lo ven así y la mayoría valora también que seguirá creciendo. La música, el cine, los vídeos y la lectura son los hábitos favoritos, entre otras razones, porque son de fácil acceso, gratuitos o a un bajo costo. (Conclusiones EPCL-OEI, 2013). *“Latinoamérica tiene hambre de cultura”* (Álbarez & Lafuente, 2014)

Realmente: ¿Tenemos los latinoamericanos hambre de cultura o de momentos de ocio? La respuesta está en los últimos estudios sobre consumo cultural en la región, la que se desvela al ver los niveles de acceso a las ICC y las Industrias del Ocio, las cuales crecen en el continente al tiempo que pide a los Gobiernos más inversión pública (OEI, 2014 y BCRD, 2015).

En los últimos años, las prácticas de ocio se ven influenciadas por el avance tecnológico, por la expansión de los medios de comunicación masiva y por el consumo compulsivo, que acaban moldeando comportamientos y configurando nuevas prácticas sociales.

El ocio y la recreación son ambiguos, algunas veces son considerados importantes para promocionar el bienestar y la calidad de vida de las personas, pero, otras veces, son vistos como superfluos e innecesarios ya que la ética del trabajo continúa siendo muy asimilada en las sociedades latinoamericanas actuales.

El ocio y la recreación pueden contribuir, y de hecho lo hacen, con el mantenimiento del estatus quo y del orden social injusto, reforzando estereotipos y valores excluyentes, consumistas y alienantes. Pero a su vez, paradójicamente, también pueden abrir posibilidades para la construcción de sociedades humanas, inclusivas, participativas y solidarias. Todo esto revela que, en nuestras sociedades, el ocio es un fenómeno dinámico, complejo, dialógico y lleno de conflictos, tensiones, ambigüedades y potencialidades (Gomes; Elizalde, 2012 en Gomes; 2014, Consideraciones finales número 51 y 52).

Los párrafos anteriores, sugieren que para establecer una pedagogía del ocio en América Latina y el Caribe insular, es necesario clarificar que el valor del ocio, el uso apropiado del tiempo libre, la diversión y el descanso no están subyugados al trabajo laboral, ni al trabajo que hacemos en nuestros hogares como labores domésticas<sup>25</sup>. Una de las tareas pendientes es hacer comprender a la población que trabajo y ocio no son contrarios, sino complementarios y que el tiempo es un canalizador de ambos; ese el punto a divulgar, para establecer lineamientos que sirvan de base a una educación que instruya y oriente sobre cómo mejorar la práctica de ocio acorde a estos lugares, donde apenas se ha comenzado a asimilar las dimensiones y variantes del ocio.

Gomes; Elizalde (2012) plantea que: Los estudios sobre el ocio pueden comprometerse con el desarrollo de conocimientos críticos aplicados a la región de Latinoamérica, cuyos resultados deben ser capaces de colaborar con la transformación de nuestras realidades en el sentido de tornarlas más humanas, equitativas, solidarias, dignas, justas y sustentables. Eso requirió un cambio de mentalidad que se ha ido incorporado en la difusión las teorías y beneficios del ocio, las cuales se han ido convirtiendo en acciones concretas en la cotidianidad de las prácticas de ocio, recreación y descanso, pero sobre todo, en la producción de conocimientos sobre estas temáticas en Latinoamérica y la inversión económica en las Industrias Culturales y Creativas, sobre todo, aquellas que procuran la recreación y el descanso, como las que se promueven y patrocinan en las áreas del turismo.

Para lograr este cambio de mentalidad, es preciso desarrollar un continuo proceso de pensamiento crítico, lo que requerirá grandes esfuerzos y toma de posiciones. Pensar críticamente no significa continuar realizando una constante actualización de las teorías que reproducen la lógica eurocéntrica<sup>26</sup> (Walsh, 2003 en Gomes, 2012). De este modo, el pensamiento crítico tendrá que comprometerse con la descolonización del saber y del poder (p.1007).

---

<sup>25</sup> ACLARACIÓN: también se debe tomar en cuenta el tiempo que utilizamos para desplazarnos de un lugar a otro, igualmente el tiempo que se dispone para diversión, descanso, compensación y evasión por medio de los juegos electrónicos, de la virtualidad (*Facebook, WhatsApp, MSN, YouTube etc.*), de los viajes, de la fiesta y de otras experiencias recreativas, como las que se ofertan en las Industrias Culturales y Creativas, industrias que en Latinoamérica y el Caribe, crecen con fondos propios o son apadrinadas por las ONG y mecenas con diferentes intereses.

<sup>26</sup> El EUROCENTRISMO separa el mundo en "Occidente y el resto" y organiza el lenguaje del día-a-día en jerarquías binarias que implícitamente favorecen a Europa: nuestras naciones, las tribus de ellos; nuestras religiones, las supersticiones de ellos; nuestra cultura, el folclore de ellos; nuestro arte, la artesanía de ellos; nuestras manifestaciones, los tumultos de ellos; nuestra defensa, el terrorismo de ellos. (Shohat, Stam, 2006, pp.20-21 en Gomes 2012, p.1003).

## **1.2.- HACIA UNA ENSEÑANZA DEL OCIO EN EL CARIBE ANTILLANO**

En esta sección se exponen conceptos que aclaran las directrices de hacia dónde va el desarrollo del ocio, cuyo estadio presenta una oportunidad para entender cómo se ha de vincular con la educación para que tenga efectos positivos en Latinoamérica, dado que muchas de las investigaciones en el área apuntan a que es necesario que la población conozca de estos conceptos, y aprenda cómo obtener sus bondades. Es por ello que exponemos una referencia del tipo de educación que se debe seguir fortaleciendo en este siglo XXI. También, se mostrarán definiciones que establecen las coordenadas del ocio y las dimensiones en que se ha comenzado a expandir, y los estilos de aplicación del tiempo libre para el disfrute del ocio de la mano de los nuevos mecenas, padrinos interesados en el progreso colectivo.

### **1.2.1.- Definiciones de conceptos que coadyuvan en la Educación del Ocio**

Si bien es cierto, que cada vez más hay productos y servicios de consumo masivo tendentes a procurar satisfacción a un público general, esto también ocurre con el ámbito cultural demandado por un público más reducido y más exigente, pero más lentamente y de manera desigual en cada país. Nuestros contemporáneos sienten una especie de vértigo al verse ante el dilema de la globalización, cuyas realidades ven coartadas y a veces sufren, porque no ven en sus raíces culturales el secreto de sus propios progresos, ese mensaje aparentemente oculto, que les da pertenencia y les acrecienta sus patrimonios solo cuando es desvelado con el conocimiento. En ese sentido para Jacques Delors (1996), pensar y edificar nuestro futuro es la tarea común de todos, una labor que se hace realidad lentamente y que tenemos que acelerar.

La educación debe afrontar este problema porque se sitúa más que nunca en la perspectiva del nacimiento doloroso de una sociedad mundial, en el núcleo del desarrollo de la persona y las comunidades. La educación tiene la misión de permitir a todos sin excepción hacer fructificar todos sus talentos y todas sus capacidades de creación, lo que implica que cada uno pueda responsabilizarse de sí mismo y realizar su proyecto personal. Esta finalidad va más allá de todas las demás. Su realización, larga y difícil, será una contribución esencial a la búsqueda de un mundo más vivible y más justo. (Delors,1996 p.12)

En esta tesitura, se plantea que la educación del ocio debe ser promovida en todos los ámbitos sociales y culturales como un proceso continuo de aprendizaje que incorpora el desarrollo de actitudes, valores, conocimiento, habilidades y recursos de ocio. Y que ha sido reconocida como parte del campo de la educación, y que aún no ha sido puesta en práctica ampliamente. Pero, sobre todo, que el requerimiento de que establezcan estructuras interdisciplinarias que sean innovadoras para la oferta de servicios de ocio apenas se difunde. En esto están de acuerdo todos los científicos que hemos incluido en esta investigación. Unos más que otros y en campos diferentes sostienen que:

Los requisitos y las condiciones para el ocio no pueden asegurarse de una manera individual. El desarrollo del ocio requiere la acción coordinada de los gobiernos, asociaciones no gubernamentales y asociaciones de voluntarios, industria, instituciones educativas y medios de comunicación. La educación del ocio juega un papel clave en la reducción de diferencias en los estatus de ocio, y a la hora de garantizar igualdad de oportunidades y recursos. También permite a la gente lograr su máximo potencial en ocio. (WLRA, 1994).

En ese tenor, planteado por la Asociación Mundial de Ocio y Recreación, se ha conformado toda una teoría para que el aprendizaje del ocio sea más fácil y se comprenda su función social y los efectos que produce en las personas. De ahí que el Instituto del Ocio de Deusto haya publicado las teorías que por más treinta años han investigado, para elaborar un instrumento de conocimiento y aproximación al fenómeno, el cual es consecuente con las ideas de ocio presentadas anteriormente. Este instrumento nos orientó en la comprensión de la relación del ocio valioso y mecenazgo, el cual presento de manera resumida las herramientas conceptuales denominadas coordinadas y dimensiones del ocio, las cuales han evolucionado en conceptos que han ido difundiéndose a medida que se avanza en las investigaciones sobre los beneficios del ocio. Lo que presentamos a continuación es la última versión de cómo la comunidad de estudiosos sobre el tema ha organizado el instrumental conceptual y teórico para entender el fenómeno, que continuará evolucionando. San Salvador Del Valle, (2000); Cuenca Cabeza (2000, 2004, 2005 y 2014), son los responsables del esquema mostrado en próximos mapas conceptuales, donde se presentan las coordinadas y las dimensiones, cuya organización coincide con el valor que le dan los mecenas y filántropos que apoyan el desarrollo de las áreas culturales, precisamente las que se presentan en las dimensiones y las vertientes en las que se despliega el ocio valioso a la sociedad.

El siguiente Mapa Conceptual No. 1.8, pone de manifiesto la interrelación de conceptos que integran la gran teoría el ocio, que se ha ido construyendo sobre la práctica de ensayo y error a través de los siglos con todas las variantes procedimentales en las que muchas mujeres y hombres han aprendido sobre el ocio de manera heurística. Esto permite estudiar desde todas las áreas del conocimiento este fenómeno, el cual ha ido trasmutando en las variaciones que se enseñan en el mapa conceptual, el cual servirá para guiarnos en una breve presentación de los rasgos característicos, la clasificación y las variantes del ocio.



MAPA CONCEPTUAL No. 1.8. CONCEPTOS REFERENTES PARA EL ESTUDIO DEL OCIO VALIOSO. Ha sido planteada con intención de aportar una sutil organización que oriente al lector en la ubicación de las coordenadas y las dimensiones según el valor que le dan los mecenas para apoyar en las áreas culturales que se representan en las dimensiones y sus respectivas vertientes en las que la gente invierte su tiempo libre. Fuente: Instituto de Ocio. Universidad de Deusto San Salvador Del Valle, Cuenca Cabeza (2014) (variante redibujada por: LARS. 2017).

### *1.- Coordenadas del Ocio / Definiciones*

Para iniciar una adecuada difusión de los beneficios de ocio, es estratégico desde el punto de vista pedagógico, presentar los ejes que permiten comprender su magnitud e importancia, como un fenómeno que es imprescindible estudiar en el desarrollo en esta cuarta revolución industrial. Primero presentaremos la definición que Jeffrey Dumazdier planteó en 1994, con algunos acomodamientos en su redacción. Luego expondremos la definición desde el punto de vista humanista, que ha sido difundido por Manuel Cuenca Cabeza desde principio del siglo XXI. También presentamos una breve exposición sobre el Ocio Valioso, para dejar claro su concepto. Después presentamos la definición de los tipos de ocio difundidos por el Instituto de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto.

- EL OCIO: Es un conjunto de ocupaciones a las que las personas pueden dedicarse voluntariamente: I) a descansar o para divertirse, II) para desarrollar su formación por algún interés exógeno o formación desinteresada, III) ofrecer de manera discrecional su participación social o brindar su libre capacidad creadora, cuando se ha liberado de sus obligaciones profesionales o sociales.
- OCIO HUMANISTA: Es aquel que es centrado en el desarrollo de la persona, en sus vertientes individual y social, cuyas prácticas son motivadas hacia el bien comunitario. No es un ocio espontáneo, pues demanda de experiencia compleja que requiere formación. Es una experiencia integral y compleja, motivada por la vivencia del ocio autotélico. Desde su vertiente social, es un fenómeno reconocible y cuantificable, a través de las prácticas; pero, al mismo tiempo, una reivindicación social relacionada con la justicia, porque se entiende que el ocio es un derecho humano básico, como la educación, el trabajo o la salud, y del que nadie debería ser privado por razones de género, orientación sexual, edad, raza, religión, creencia, nivel de salud, discapacidad o condición económica.
- OCIO VALIOSO: Es la afirmación de un ocio con valores positivos para las personas y las comunidades, es un ocio basado en el reconocimiento de la importancia de las experiencias satisfactorias y su potencial de progreso social que nos lleva hacia el desarrollo humano, lo que no excluye otros tipos de ascenso, como los que generan mejoras económicas. Esto significa que el ocio valioso, en cuanto necesidad humana de satisfacción, disfrute, desapego de la realidad o realización personal y comunitaria, adopta diferentes modos de satisfacción en función de las mentalidades, tradiciones y culturas de los pueblos; lo que, en ningún caso, se puede obviar. De ahí que, a primera vista, no podamos identificar como ocio valioso aquel que se nos muestra a través de la sociedad de consumo; porque el ocio humanista no depende de la oferta y la demanda (*negotium*), es plurifacético y diverso, dependiendo de la percepción de los practicantes y de los valores y potencialidades que, objetivamente, desarrolla. Una experiencia de ocio valioso nunca es igual a otra porque, entre otros aspectos, depende del grado de iniciación de quien la experimenta. Puede oscilar desde la mera aceptación (realizar algo que nos gusta, sin más), a la inmersión receptiva y contemplativa, capaz de proporcionarnos una experiencia intensa, inolvidable, catártica. Y por supuesto, todo esto se genera en las practicas autotélicas que nos llevan al ocio humanista que

desencadena el progreso más allá de lo individual hasta tocar a la comunidad y viceversa, eso es el ocio valioso.

- **OCIO AUTOTÉLICO:** Es el que ofrece una experiencia vital, un ámbito de desarrollo humano que, partiendo de una determinada actitud ante el objeto de la acción, descansa en tres pilares esenciales: I.- Elección libre (Sin presión de nada o nadie), II.- Fin en sí mismo (autotelismo) y III.- Sensación gratificante (bienestar propio y momentos de felicidad). El ocio autotélico se diferencia claramente de los otros tipos de ocio en tanto que no busca un propósito utilitario, ni de aprovecharse de algo. Su finalidad es permitir a través de las dimensiones lúdica, ambiental-ecológica, creativa, festiva y solidaria alcanzar experiencias vitales, para lograr un fin en sí mismo, que parte de una actitud positiva e induce a la acción. Una vez ampliada, propicia ir hacia otros tipos de ocio como el humanista, que se abre a prácticas que afectan más a la comunidad.
- **OCIO EXOTÉLICO:** Se aglutinan aquellas experiencias de ocio que no tienen un fin en sí mismo, sino que se constituyen en un medio para lograr un objetivo, considerado por los practicantes, de mayor importancia. Objetivos que pueden atender al desarrollo social, cultural, educativo o saludable y que conforman las dimensiones de identificación social, consuntiva, educativa, productiva y saludable. Así, estas coordenadas del ocio exotélico influyen más directamente en la productividad, la educación, las acciones terapéuticas y las que afectan el desenvolvimiento y la distinción de las personas.
- **OCIO AUSENTE:** Es el resultado de una práctica esencialmente individualista, puesto que hablamos de vivencias subjetivas, las cuales se manifiestan a través de una carencia de experiencias de ocio y en el que el sujeto percibe de manera negativa el tiempo sin obligaciones. En esta coordenada del ocio es palpable una gran sensación de aburrimiento, en la que el ser humano entra en una dimensión desconocida. Así se percibe porque no tiene ningún efecto aparentemente medible, pues entra en lo que podría identificarse como ocio neutro; que no es negativo, sin embargo, hace sentir mal a las personas, pero no así a la comunidad, porque esta recibe los esfuerzos de quien lo practica. El ocio ausente es prejuicioso, aun cuando se presenta como un ocio indiferente. Su cambio a uno más positivo se da en la medida de quien este envuelto por este decide conocer la teoría del ocio y el correcto uso del tiempo.

- **OCIO NOCIVO:** Con este concepto se identifican aquellas experiencias de ocio de resultados perjudiciales, dañinos, negativos, tanto para el practicante como para la sociedad. Es proporcionalmente insidioso en la medida que sus consecuencias afectan a la comunidad en general, a una parte de ella o a una persona en particular. La coordenada del ocio nocivo abre dimensiones para que las personas se comporten en la sociedad por instinto, entren al mundo de las adicciones y a las violaciones de las normas sociales, acciones que convierte a la gente en seres negativos, nocivos y tóxicos.

Estas distinciones conceptuales serán las bases para comprender las coordenadas en las que el ocio ha ido perfilando en los últimos cien años, específicamente en esta recién iniciada cuarta ola, en donde el trabajo se hace más especializado. La cantidad de información y el manejo de la tecnología exigen un personal con más alta calificación, eliminando puestos medios de trabajos. Esto que da apertura a las industrias culturales, sobre todo aquellas que abren otros puestos de trabajo vinculados con las industrias del ocio, pero un amplio campo donde los filántropos mecenas y patrocinadores pueden practicar su humanismo a través de su ocio preferido.

### II.- Dimensiones y Vertientes del Ocio

Como se observa en esta sección del Mapa Conceptual No. 1.8, estas dimensiones del ocio están organizadas conforme los criterios de Abraham Maslow (1943), las personas satisfacen sus necesidades de subsistencia desde las menos complejas hasta las que demandan más esfuerzos para satisfacerlas. Él expuso en su obra: *Una Teoría sobre la Motivación Humana* (en inglés, *A Theory of Human Motivation*), que las personas toman acciones según sus carencias, de ahí el fundamento de su teoría, difundida como la pirámide de las necesidades, las cuales clasificó en básicas, de seguridad o de sentirse protegido, las sociales o de afiliación y las de estima o reconocimiento.



Sección del MAPA CONCEPTUAL NO. 1.8.

Maslow (1943) sostiene que una vez que ingerimos alimentos y cumple con las necesidades homeostáticas, generalmente se piensa en momentos lúdicos o en irse de fiesta, dimensiones que transitamos para satisfacer las necesidades de aceptación, las de protección y autoestima. Conforme pasan los años, se adquiere mayor conciencia, hasta el punto de hacernos entes más globales e integracionistas, un criterio facilitador de la práctica para disfrutar la naturaleza. Es decir, el medioambiente y la ecología, dimensión que se fortalece al tiempo que se practica y se comprueban por sí mismo al ver resultados en las personas y en la comunidad. Luego, nos hace más solidarios en la medida que acrecienta la conciencia de ser y estar en un lugar especial del planeta. El ocio creativo se comprende más si se hace desde las teorías de las inteligencias múltiples de Howard Gardner (1983), quien plantea que no existe una única inteligencia en el ser humano, sino una diversidad de inteligencias que marcan las potencialidades y acentos significativos de cada individuo, trazados por las fortalezas y debilidades en toda una serie de escenarios de expansión del saber humano. En la dimensión del ocio creativo, intervienen todas las demás dimensiones: Lúdica, Festiva, Medioambiental y Solidaria, las cuales se magnifican atendiendo a los tipos de inteligencias de quienes practican unas vertientes específicas del ocio. La creatividad es transversal a todas las coordenadas y dimensiones del ocio, de ahí la gran variedad de vertientes para disfrutar el tiempo libre. Una breve definición de estas cinco (5) dimensiones del ocio que se manifiestan en todas las culturas del globo terráqueo, nos permitirá entender sus diferencias, pero también comprender más adelante las áreas en que son más apoyadas por los Estados con sus políticas culturales, sociales y económicas.

1.- DIMENSIÓN LÚDICA DEL OCIO: Nos introduce en el ámbito de las experiencias relacionadas con el juego. Se refiere a la vivencia lúdica, personal o comunitaria, tanto de niños como de adultos. Su trascendencia es limitada, aunque no por ello es de menor interés que las demás dimensiones. Responde a cómo se divierten las personas en sus distintas fases de la vida, al lugar y los medios, a las relaciones que establecen, a la importancia o falta de interés por el mundo lúdico en general. Se corresponde con el mundo de los juguetes, los hobbies, los deportes, la recreación y los entretenimientos que se incorporan a los hábitos de vida, como ocurre actualmente con los parques de atracciones. Interesa también el apoyo social o institucional que reciben y los vínculos que se establecen a partir de sus vivencias. En esta dimensión diferenciaremos dos vertientes: juego (como acto de jugar identificado por reglas) y acción lúdica (en la que domina la espontaneidad no reglada). (Cuenca & Izaguirre, 2010).

2.- DIMENSIÓN FESTIVA DEL OCIO: Se refiere a las experiencias sorprendentes que tienen lugar gracias a las fiestas. La fiesta, entendida como manifestación extraordinaria de ocio, permite llevar a cabo vivencias que se apartan de lo racional y consiguen la cohesión comunitaria (Cuenca, 2000a; San Salvador Del Valle, 2010). La dimensión festiva es un signo de identificación de las comunidades que permite visualizar la realidad desde una cara opuesta a la vida cotidiana, a la organización racional y a la rutina. La fiesta, como experiencia eminentemente grupal, permite hablar de ocio compartido y social frente al ocio individual en sí mismo. No es de extrañar que, conocida su incidencia, sea un tipo de ocio especialmente cuidado por las instituciones públicas. En esta dimensión se plantean las aportaciones de las fiestas tradicionales, los grandes eventos o las celebraciones personales (Ortega; Izaguirre, 2010) Las vertientes de la dimensión festiva son, por un lado, las fiestas comunitarias-públicas, habitualmente abiertas a la participación de todos y, por otro, las personales-familiares, caracterizadas por estar referidas a un círculo limitado de personas y llevarse a cabo en espacios privados.

3.- DIMENSIÓN AMBIENTAL-ECOLÓGICA DEL OCIO: Es el que se ejecuta en un contexto muy particular, en este caso, es la condición esencial que hace posibles determinadas experiencias. Se relaciona, por una parte, con el entorno físico, social, cultural, personal y comunitario; por otra, con la vivencia de ocio unida a la naturaleza. La dimensión ambiental-ecológica tiene que ver con el entorno de ocio en los hogares, pero también con el atractivo de determinados lugares, plazas, parques, barrios o ciudades enteras (Lazcano; Doistua, 2010). Es una dimensión vinculada al desarrollo de la recreación al aire libre y al turismo que, habitualmente, es un desplazamiento en el que se busca estar o conocer un lugar determinado por sus características (Goytia, 2008). También tiene que ver con vivencias en parques naturales (Ried 2012) o actividades al aire libre. La mirada ambiental-ecológica nos permite observar que unas comunidades están más mentalizadas que otras con relación al cuidado y disfrute de su entorno y de su patrimonio. Es la dimensión del ocio que muestra la sensibilidad ciudadana ante los impactos de las actividades de ocio y su posicionamiento sobre el desarrollo sostenible que respete la armonía medioambiental. En la dimensión ambiental-ecológica distinguiremos entre las acciones asociadas a ambiente humano y las asociadas a la naturaleza, haciéndolas operativas mediante la denominación de las vertientes de ese mismo nombre.

4.- LA DIMENSIÓN SOLIDARIA: Nos lleva a hablar de un ocio entendido como satisfacción enraizada en el hecho de ayudar desinteresadamente a otros, independientemente de la actividad realizada en sí misma. Se concreta en la acción de grupos de voluntariado o asociaciones de ocio, abundantes en comunidades abiertas, en las que madura la responsabilidad y el compromiso (Caride; López, 2002). Su fundamento descansa en la voluntariedad y libre elección. La vivencia de un ocio solidario es un signo de calidad humana y de sensibilidad. También se corresponde con el ejercicio de un ocio sólidamente humano y digno. El ocio, en cuanto a vivencia solidaria, representa un potencial de desarrollo de gran trascendencia para una comunidad. En esta dimensión consideramos también dos diferentes vertientes: ocio solidario, en ámbitos de ocio, donde su vivencia se hace patente como medio y como fin, y ocio solidario en ámbitos de no ocio, relacionado con intervenciones sociales y objetivos asociados a otras necesidades de carácter social (Rubio; Madariaga, 2012).

5.- DIMENSIÓN CREATIVA DEL OCIO: Nos sitúa en experiencias relacionadas con la creatividad. Hace alusión a un disfrute más razonado, unido a procesos de creación o recreación cultural. Se corresponde con las vivencias culturales de ocio, unidas tradicionalmente al desarrollo de prácticas musicales, dramáticas, literarias, artesanales, pictóricas, folklóricas, etc. Es una dimensión que guarda una relación directa con el capital cultural de las personas y los grupos, siendo expresión de modos de vida, mentalidades, puntos de vista estéticos y, en muchos casos, planteamientos éticos.

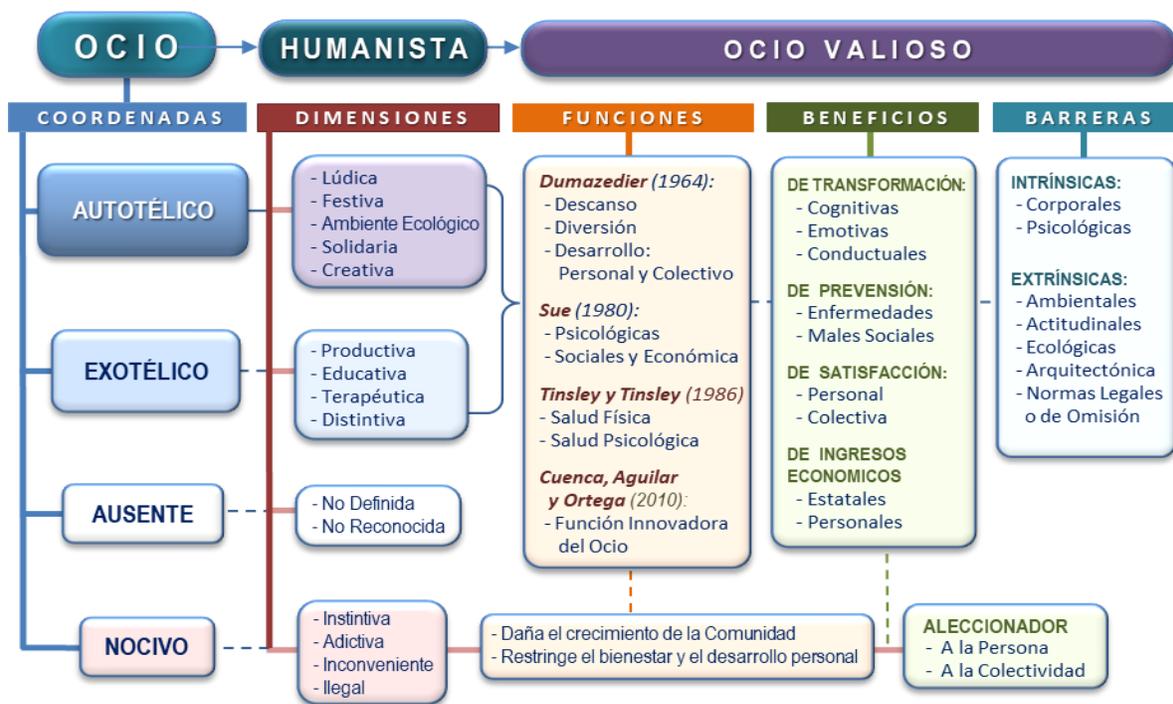
El desarrollo de la dimensión creativa en personas y comunidades está muy relacionado con procesos formativos (Amigo F., 2000), pero también a infraestructuras, recursos y posibilidades de comunicación y apertura (Cuenca, Quintana, Landabidea, 2010; San Salvador Del Valle, 2000b (2011) en Cuenca 2014, p.168). Además de esta visión global, destacamos la distinción de dos vertientes diferenciadas: creativa (relacionada con la expresión personal) y recreativa (asociada a la comprensión y disfrute de la obra creada).

- *Vertientes del Ocio*

Cuando se entra en una de las dimensiones descritas anteriormente, se advierten las variantes que pueden escoger las personas para sus momentos de ocio. A estas extensiones de las dimensiones del ocio se les conoce como vertientes.

Las vertientes son áreas en la que cada vez se hacen más evidentes la vinculación con la cultura y el patrimonio de los pueblos, que en los países con mejor organización de sus Estados ya han comenzado a atender (Buitrago, F. y Duque I., 2013), pues ya han abierto el campo al desarrollo de las Industrias Culturales y Creativas, apoyando el desarrollo del turismo, patrocinando las artes, promoviendo programas vinculados al emprendimiento en las áreas que toca las dimensiones del ocio. De esa manera, los gobernantes entran en cumplir acuerdos interinstitucionales al patrocinar proyectos, aprobar leyes como la de mecenazgo, la de arte público y la revisión de la ley de protección del cine, entre otras.

Estas vertientes han sido estudiadas y clasificadas por sus funciones psicológicas, sociales y económicas, haciendo énfasis en los beneficios que aporta a la comunidad y a las personas el fenómeno del ocio, autores como Dumazedier, (1964), Sue, (1980), Tinsly y Tinsly (1986) Cuenca, Aguilar y Ortega (2010) han hecho grandes aportes al establecimiento de una teoría que sustenta la practica contemporánea del ocio. (ver Mapas Conceptuales 1.9 y 1.10).



FUENTE: Elaboración propia a partir de las teorías difundidas por El Instituto de Ocio de la Universidad de Deusto (2017)

MAPA CONCEPTUAL No. 1.9. RELACIONES COORDENADAS, DIMENSIONES, FUNCIONES, BENEFICIOS Y BARRERAS DEL OCIO, En este mapa conceptual se puntualiza cómo cada coordenada se relaciona directamente con la dimensión en la cual influye más. También se presenta una lista de los beneficios y de impedimentos que hacen que el ocio no cumpla las funciones que se definen en las coordenadas, que en ocasiones son patrocinadas por donantes que en sus deseos filantrópicos procuran el ocio para el desarrollo humano. (Fuente: Instituto de ocio. UD, San Salvador Del Valle, Cuenca Cabeza (2014) (variante reorganizada en las funciones y los beneficios, fue redibujada por: LARS 2017).



FUENTE: Elaboración Propia a partir de las teorías difundidas por El Instituto de Ocio de la Universidad de Deusto, (LARS 2017)

MAPA CONCEPTUAL No. 1.10. VERTIENTES DEL OCIO, DESARROLLO HUMANO, INDUSTRIA CULTURAL Y CREATIVA. En este mapa conceptual se puede apreciar también las funciones y beneficios que aporta el ocio al desarrollo humano, y se destaca cómo este desarrollo puede venir desde la Industrias Culturales y Creativas, o la Economía naranja (Buitrago, 2013) o economía creativa (UNESCO, 2012). Fuente: Instituto de ocio. Universidad de Deusto, San Salvador Del Valle, Cuenca Cabeza (2014) (variante redibujada por: LARS. 2017).

El estudio económico de la cultura y el ocio presenta un creciente aumento que ha dado origen a una disciplina propia dentro del análisis económico, identificada como: Economía Creativa (Howkins, 2001) o Economía Naranja (Buitrago R; Duque M., 2013). La economía de la cultura abrió un campo de estudio a principio de este siglo, en el que conviven diversas concepciones de los bienes y servicios, creados por las Industrias Creativas y Culturales, que son intercambiadas bajo los principios de racionalidad que se supone tienen los agentes económicos que entienden la interrelación: trabajo-ocio-patrocinio.

Finalmente, el carácter público y privado de las organizaciones que gestionan la cultura presenta, sin duda, elementos distintivos, si bien esto no exige establecer criterios y políticas culturales consensuadas que potencien una oferta cultural de calidad, propiciando nuevas audiencias y público y, en definitiva, una demanda cultural superior en términos cuantitativos y cualitativos. Todo ello redundaría en beneficios económicos y sociales para el conjunto del país, y contribuiría de forma decisiva a situar a la Industria de la Cultura y el Ocio en la dimensión que le corresponde en el nuevo orden mundial. (García, G. M.; Fernández F. Y; Z.J.L, 2001, p.59).

Pero para que se cumpla ese desarrollo humano a través de las industrias culturales y creativas de una manera más rápida y efectiva, la sociedad debe seguir invirtiendo en educación, para que los ciudadanos puedan discernir en lo que es bueno o es malo, lo que es saludable y lo que no, lo que tiene calidad y lo que es un fraude. Por ello es importante para las personas que quieren salir de sus zonas de confort para crecer innovando y encontrando mejores recursos de los que ya se dispone (Druker, 1974). Ese cambio de paradigma se obtiene más rápido si se estudia la realidad cultural e investiga sobre las posibles soluciones a los problemas de su entorno sociales, económico y políticos.

### *III.- Definición de Educación*

Es de gran importancia para esta investigación hacer referencia a lo publicado por Alvin y Geidy Toffler en sus múltiples publicaciones e intervenciones en medios de difusión, al plantear la necesidad imperante de aprender a desaprender para aprender cosas nuevas en este siglo XXI, las cuales nos facilitaran ser y compartir para ser felices. Ejemplo de este es aprender qué y a quién se patrocina en las regiones más pobres de Latinoamérica. Por esto es importante exponer el significado de otro de los conceptos que facilita la implementación del mecenazgo, y este es la Educación.

Sobre los conceptos relacionados con la enseñanza instruccional que persigue la formación integral del individuo, se ha escrito bastante. Todas las definiciones que consultamos son coincidentes en sus significaciones generales, con sus diferencias de forma más que de fondo, pues la misma se adapta a los cambios políticos, económicos y sociales, para lograr esa utopía necesaria en esta vorágine de tener para ser. Jacques Delors (1994) en el informe titulado: *La Educación Encierra un Tesoro*, presentado a la Comisión Internacional sobre la Educación para el Siglo XXI, UNESCO, planteo:

Frente a los numerosos desafíos del porvenir, la educación constituye un instrumento indispensable para que la humanidad pueda progresar hacia los ideales de paz, libertad y justicia social. Al concluir sus labores, la Comisión desea por tanto afirmar su convicción respecto a la función esencial de la educación en el desarrollo continuo de la persona y las sociedades, no como un remedio milagroso el “Ábrete Sésamo”, de un mundo que ha llegado a la realización de todos estos ideales- sino como una vía, ciertamente entre otras pero más que otras, al servicio de un desarrollo humano más armonioso, más genuino, para hacer retroceder la pobreza, la exclusión, las incomprensiones, las opresiones, las guerras, etc. (Delors, 1994, p.7).

Sobre esta definición muy a tono con este siglo XXI, es también de igual intención la que se presentó en El Seminario Internacional de WLRA sobre Educación del Ocio:

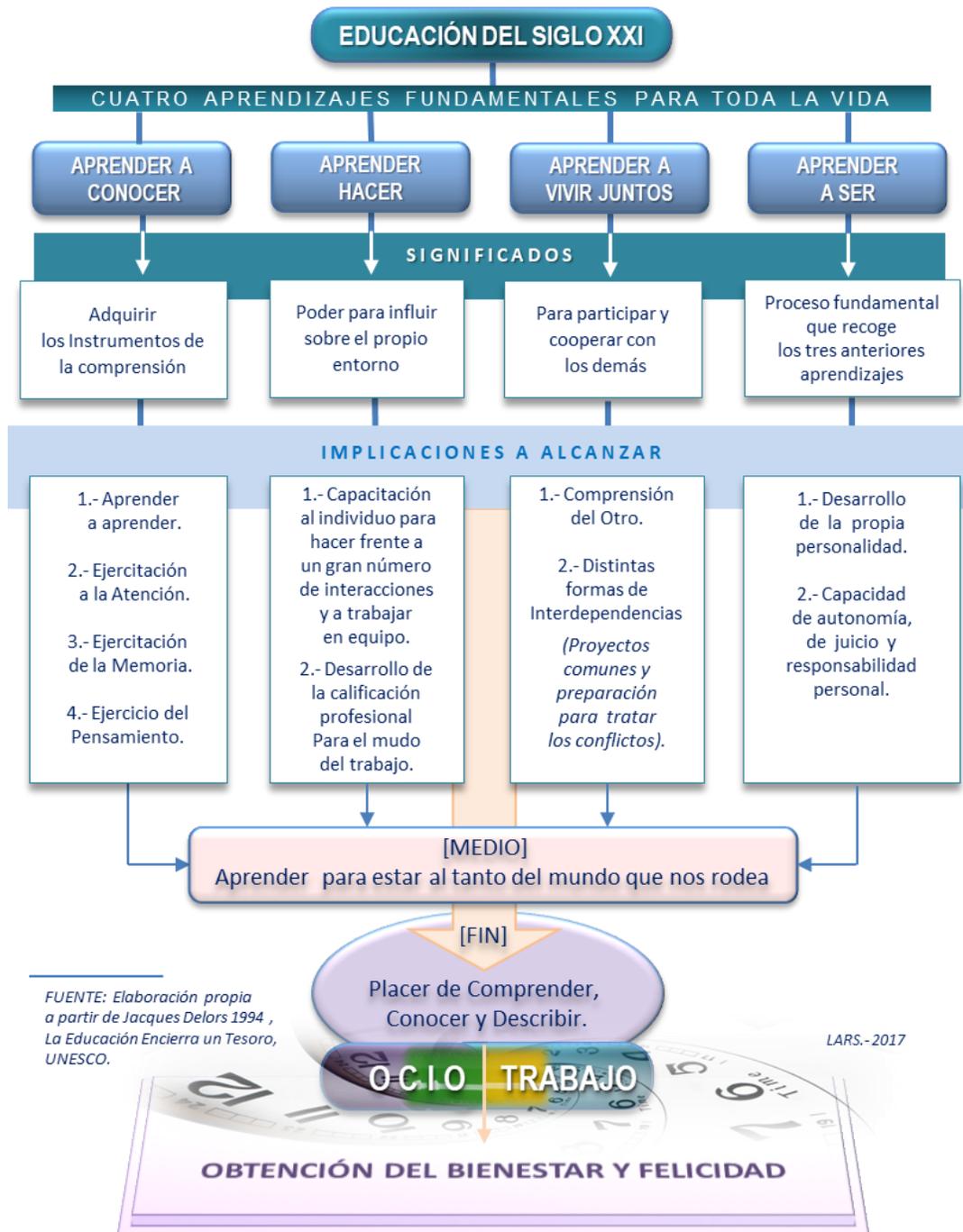
El objetivo básico de la educación es desarrollar valores y actitudes de las personas y dotarles del conocimiento y habilidades que les permitirán sentirse más seguros y obtener un mayor disfrute y satisfacción en la vida. Este principio implica que no sólo la educación es relevante para el trabajo y la economía, sino que es igualmente importante para el desarrollo del individuo como miembro totalmente participe de la sociedad y para la mejora de la calidad de vida. (WLRA, 1993: I.-punto 3.1.)

#### *IV.- Definición de Educación del Ocio.*

Antes de presentar una definición sobre la educación del ocio, es preciso aclarar lo que se expone la Carta de Ocio de la WLRA, en lo relativo al involucramiento de los Estados e instituciones que se dedican a la filantropía y el mecenazgo en pro del patrocinio o en apoyo de una educación de ocio de calidad a sus pobladores:

Los requisitos y las condiciones para el ocio no pueden asegurarse de una manera individual. El desarrollo del ocio requiere la acción coordinada de los gobiernos, asociaciones no gubernamentales y asociaciones de voluntarios, industria, instituciones educativas y medios de comunicación. La educación del ocio juega un papel clave en la reducción de diferencias en los estatus de ocio, y a la hora de garantizar igualdad de oportunidades y recursos. También permite a la gente lograr su máximo potencial en ocio (WLRA, 1993: I.- punto. 4.1).

Como se puede ver en la cita anterior, establecer las funciones de la Educación del Ocio no es una tarea fácil. Así pues, solo me limito a presentar en la próxima página se presenta el Mapa Conceptual No.1.11 donde se muestran los pilares de la educación difundido por la UNESCO, al que se le incluyó el ocio y el trabajo por ser una relación que genera acciones a través de las cuales las personas y la comunidad obtienen bienestar y felicidad, al aprender a conocer, hacer algo, a vivir junto a otros y sobre todo a ser un individuo íntegro y ético.



MAPA CONCEPTUAL No. 1.11. CUATRO APRENDIZAJES FUNDAMENTALES EN EL SIGLO XXI. En este mapa conceptual se aprecian los cuatro pilares de la educación, aplicables al aprendizaje que nos acerca al conocimiento, para que comprendamos, conozcamos y describamos, nuestros saberes con la finalidad de transferirlos, pero también de disfrutarlos. En la parte final se observa cómo el ocio y el trabajo son parte de una misma realidad que viaja a través el tiempo. Conformando una cápsula que funciona mejor solo si la tomamos en dos partes, ocio en un tiempo y trabajo en otro.

Vistos los pilares de la educación planteados por la UNESCO mostrada en el Mapa Conceptual No.1.11, se aprecia la estructura y el esquema a seguir para desarrollar la enseñanza del siglo XXI, el cual tendrá que incluir la educación del ocio, que como estrategia debe adaptarse a las necesidades y demandas locales de los países y regiones específicas, teniendo en consideración los distintos sistemas sociales, culturales y económicos (WLRA 1993). Sin perder los lineamientos que nos acercan a una definición consensuada y aceptada por las instituciones que promueven esta educación tan especial y compleja, que no lleva a una mejor gestión del tiempo y el trabajo (Weber,1969), presentamos enunciaciones que se plantean en la Carta de la WLRA<sup>27</sup> sobre la Educación del Ocio y la Recreación, adoptada por el Consejo de la WLRA en la reunión de India en diciembre de 1993.

- **Educación del Ocio en la Escuela:** Es el conjunto de acciones que persigue ayudar a los pupilos y estudiantes a lograr una deseable calidad de vida a través del ocio mediante el desarrollo y fomento de valores, actitudes, conocimientos y habilidades de ocio, en pro de obtener desarrollo personal, social, físico, emocional e intelectual, los que se ha de comprobar con el impacto en la familia, en la comunidad y en la sociedad en su conjunto.
- **Educación del Ocio en la Comunidad:** Tiene como función central el desarrollo comunitario. Se define comunidad como un lugar geográfico en el cual un grupo de personas conviven unidas por intereses afines y con una interconexión cultural entre ellos. El desarrollo comunitario se refiere a un proceso que usa tanto la educación formal, informal y no formal, así como el liderazgo para aumentar la calidad de vida de los individuos y grupos que viven en la comunidad. Conforme a los objetivos generales de la educación del ocio en la sociedad, los objetivos de la educación del ocio en la comunidad son lograr que el individuo y la colectividad aumente la calidad de vida, elimine la barrera de acceso al ocio, cree oportunidades para que las personas se relacionen, desarrollar una comunidad incluyente, multicultural sin

<sup>27</sup> **WLRA Carta Internacional para la Educación del Ocio.** El Seminario de WRLA sobre Educación del Ocio, celebrado en Jerusalén en agosto de 1993, fue convocado, principalmente, como respuesta a las crecientes expectativas a nivel mundial respecto a los beneficios del ocio. Los debates se centraron en las necesidades de los países industrializados, aunque también abordaron temas similares de otros países. La Carta es el resultado de los avances logrados en los documentos existentes sobre ocio, incluidas la Declaración de Malta sobre el Derecho del Niño al Juego, la Carta sobre Tiempo Libre Pedagógico de la Asociación Europea de Ocio y Recreación (Carta Freizeitpädagogik), la Carta sobre Ocio de la Asociación Mundial de Ocio y Recreación, la Carta de Ottawa sobre Promoción de la Salud y la Declaración sobre «Ocio, Turismo y Medio Ambiente» del Congreso de la WLRA de 1991. Traducción de Yolanda Lázaro Fernández de: WLRA (*World Leisure And Recreation Association*), «International Charter for Leisure Education», en ELRA (European Leisure and Recreation Association), Summer, 1994, pp. 13-16.

discriminación, en donde se disminuyan los impedimentos que hacen que la familia y la comunidad desarrollen responsabilidad cívica y moral.

- **Marcos de Educación del Ocio en la Comunidad:** Para el establecimiento de estos se deben hacer de común acuerdo con el sistema escolar y las leyes que rigen la educación, para sustentar la legalidad de los planes de difusión cultural, y esto se hace siguiendo la facilitación, animación, aprendizaje experiencial y creativo, experimentación personal, autoaprendizaje, disertación y consejo. Estos se pueden ofertar en centros comunitarios, centros de educación de adultos, clubes de chicos y chicas, (como los grupos scouts) centros de interpretación medio ambiental y patrimonio, clubes juveniles. O los grupos que se reúnen en torno los Servicios de Ocio, Turismo y Recreación que son en sí los que se ofertan desde la Industrias Culturales y Creativas, (p. ej. parques, lugares de juego, centros deportivos, bibliotecas, teatro, salas de videos).
- **Métodos de enseñanza y aprendizaje del Ocio:** Muchos pueblos han alcanzado una educación del ocio digna y funcional porque implementaron en sus comunidades principios y estrategias, en donde se incluyeron actividades y experiencias en cada fase de la educación formal e informal. Para lograr buenos planes se debe desarrollar métodos y enseñanzas que incluyan la facilitación, la animación, el aprendizaje, la experiencia, el desarrollo de la creatividad, la experimentación personal, el autoaprendizaje, la disertación y el consejo. Desde la WLRA se recomienda que las actividades de aprendizaje tengan lugar en marcos grupales e individuales, dentro o fuera de clase y de la escuela. Esto facilita distintos formatos expresivos e instrumentales que facilitan la enseñanza aprendizaje del ocio.
- **Preparación y formación de personal en Educación del Ocio:** El liderazgo en el campo de la educación del ocio en la comunidad abarca un conjunto de profesionales de plena dedicación, voluntarios y líderes naturales de la comunidad. Existe la necesidad de influir en la formación de aquellos profesionales y gestores que no están directamente involucrados en organizaciones de ocio, para que reconozcan la importancia y potencial de la educación del ocio (WLRA, 1993: II, III y IV).

Normalmente las personas no piensan que el ocio debe ser estudiado para ser disfrutado, pero nada más cierto. Sobre este particular, presento los puntos de vista de la educación del ocio en el tiempo libre, en los cuales se confirma esta actividad docente como una parte fundamental de la educación permanente. En la publicación titulada *Estrategias de formación en el siglo XXI* (2006). Emilio López-Barajas Zayas, presenta en el Capítulo X (199-221). Las ideas del Dr. Manuel Cuenca sobre la educación del ocio, las cuales ya están siendo usado por muchas instituciones comprometidas con la difusión del concepto ocio valioso, porque entienden que la educación del ocio es una necesidad humana por lo que la consideran como parte esencial de la educación permanente.

La educación del ocio no es un término que se comprenda desde una concepción unívoca; muchos pensarán que se trata de enseñarnos cómo debemos o tenemos que divertimos, lo que resulta absurdo o, al menos, innecesario. Históricamente, tanto el ocio como su posible educación han tenido concepciones diversas en los distintos lugares y épocas. Sin necesidad de remontarnos a tiempos antiguos, quisiera recordar que la educación del ocio y del tiempo libre ha tenido como objetivo preferente preparar a niños y jóvenes para llevar a cabo acciones de provecho durante su tiempo libre. Ello explica su relación con instituciones y actividades tales como los boy-scouts, colonias de verano o clubes. Puig y Trilla (1976, 83) destacan que educar en el tiempo libre significa «aprovechar este tiempo como marco de alguna actividad educativa, sea del tipo que sea. Para R. Mendía y J. M. A Pitarque (1975, 23) la educación en el tiempo libre es algo especialmente importante para la juventud y tiene como finalidad «encauzar debidamente el empleo de dicho tiempo, haciendo que las horas desocupadas se utilicen adecuadamente y de forma educativa». (Cuenca 2006, p.204 en López-Baraja, 2006).

Jaume Trilla Bernet y Josep María Puig Rovira (1996), afirman que los métodos de enseñanza y aprendizaje para la educación del ocio mencionados anteriormente son válidos y efectivos para la educación de las personas que viven en comunidad, esto lo sostienen en *Pedagogía del Ocio* desde finales el siglo XX. Al respecto la carta de la WLRA sugiere estrategias adicionales de educación del ocio a través de técnicas de marketing y comunicación en programas de medio de difusión abierto a todo tipo de público incluyendo las audiencias que acaparan los sitios del ciber espacio a través de la internet.

La educación del ocio abre múltiples posibilidades de mejoras para las personas de todas edades. El ocio es parte de la esencia humana, así como lo es el trabajo; son dos caras de una misma moneda que se suceden a través el tiempo, en donde la educación es el punto en común, que facilita ir de uno a otro sin traumas. Constantemente estamos sometidos a cambios que requieren de una estrategia de adaptación específica para cada edad y circunstancia. En los últimos cincuenta años los cambios han estado sucediendo con una frecuencia más cercana entre sí, lo que ha obligado a los científicos estudiar los efectos de estas sucesiones. En el campo del ocio se han hecho grandes progresos; el Dr. M. Cuenca C., afirma al respecto que en la educación del ocio encontramos un campo óptimo de autoconocimiento, un ámbito único de consciencia, una ocasión de encuentro de valores y sentidos, así mismo, como un principio eficaz con el cual se puede desarrollar nuestra identidad personal y comunitaria. Y continúa diciendo desde hace más de una década que:

La denominación genérica de Estudios de Ocio se aplica actualmente a una serie de programas universitarios, docentes y de investigación que tiene el denominador común de preparar especialistas en los diversos campos en los que la persona desarrolla su ocio, considerándolo como actividad libre, gratificante y desinteresada. Su planteamiento es interdisciplinar y su creación reciente, En general, se puede decir que su misión es difundir los nuevos conocimientos científicos que se desarrollan en torno al ocio y su empleo. Temas tan actuales como el disfrute de la cultura, la gestión cultural, el fenómeno turístico, la educación del ocio, el deporte no competitivo, los medios de entretenimiento de masas, las ocasiones o los hobbies, son algunos de los contenidos específicos de los estudios de ocio (Cuenca 2006, p.209 en López-Baraja, 2006).

La educación del ocio es ya un campo del quehacer humano que tiene un amplio futuro en el cual queda mucho por hacer, sobre todo en Latinoamérica y el Caribe (*Educación para Todos*, UNESCO 2014). Pues la transformación del tiempo libre en ocio no es una tarea que se realice automáticamente, la misma se debe hacer con el concurso de todos los sectores de la sociedad. De manera que las nuevas posibilidades de diversión, recreación y descanso en la sociedad de consumo que sigue creciendo en esta 4ta. Revolución Industrial, tienen que ser cada vez más confiables y seguras, pues el desarrollo personal, solo se logrará al visualizar los posibles focos de alienación que pudieran convertirse en ocio nocivo. Y para lograr detener los malos hábitos sociales, los investigadores de la pedagogía del ocio han llegado al consenso de que la educación del ocio necesita ser objeto

de reflexión en dos grandes espacios paradigmáticos para esta contemporaneidad. Una de estas áreas es constituida por las empresas de negocios, en donde se realizan productos de consumo y servicios varios. La otra la componen las instituciones educativas, las asociaciones de padres y todos los tipos de educadores. En ambos sectores, un buen grupo vienen demostrando que han pensado en el futuro de la educación del ocio a partir de un conocimiento global. Esto porque es posible elaborar una oferta educativa adecuada que facilite la libre elección de nuestro ocio, más allá de las limitaciones culturales y los recursos disponibles.

El ocio se ha convertido, junto a otros valores postmateriales, propio de la sociedad postmoderna, en uno de los aspectos que otorga valor y sentido a la vida. En este escenario, resulta lógica la preocupación que hoy se evidencia en el marco académico por preservar el sentido intrínseco, el valor y los beneficios que reportan las experiencias del ocio (Monteagudo 2008, p9). En las últimas décadas, las actividades de ocio se vienen consolidando como un claro referente de desarrollo social, lo que las convierte en un gran desafío para las instituciones públicas y privadas en la búsqueda de la igualdad de oportunidades para el aprovechamiento del tiempo libre como un contexto lúdico-formativo. (Cuenca 2006, p.204 en López-Baraja, 2006).

### **1.3.- PATROCINIO PARA EL DESARROLLO CULTURAL DE COMUNIDADES POBRES**

Antes de tocar las urgencias que tienen las comunidades empobrecidas de que se implemente el ansiado patrocinio cultural, es preciso comprender el contexto económico, social y político en que se encuentran los países del tercer mundo, donde las soluciones trascendentes han de ser en conjunto y colectivas. En una sociedad global inmersa en la cuarta revolución tecnológica, en la que ya se está modificando nuestra forma de trabajar y de relacionarnos con los demás, es vital que en el país las instituciones dedicadas a la educación comiencen a promocionar el trabajo colaborativo, los currículos por competencias, el emprendedurismo y promocionar la investigación, el desarrollo y la innovación (I+D+i) en el ámbito del arte y la cultura.

Los modos de vida están cambiando rápidamente; la transferencia de macro datos, la inteligencia artificial, el uso de impresoras tridimensionales, drones, robots inteligentes, prótesis, vehículos de conducción autónoma, manejo de información, las mejoras de la comunicación al servicio de los negocios y la necesidad de una educación que vaya al ritmo del de los avances tecnológicos, confirman que la cuarta revolución industrial ya

llegó, y está creciendo a gran escala, hasta lograr una transformación de la humanidad que será diferente de todas las anteriores que haya experimentado. Será una transformación que se logrará de manera irregular y en los momentos adecuados para los distintos niveles sociales, que ha de regularizarse en la medida que los sectores públicos y privados de la sociedad gestionan esta evolución a través de una “Educación Glocal” que será la idónea para este siglo XXI.

La primera revolución industrial utilizó la energía del agua y vapor para la producción mecanizada. La segunda usó la energía eléctrica para crear la producción en masa. La tercera usó la electrónica y la tecnología de la información para automatizar la producción. Ahora, una cuarta revolución industrial está construyendo sobre la tercera, la revolución digital que ha estado ocurriendo desde mediados del siglo pasado. Se caracteriza por una fusión de tecnologías que está borrando los límites entre las esferas físicas, digitales y biológicas. (Schwab, K., en WEF, 2016)<sup>28</sup>.

Se prevén cambios vertiginosos para el primer cuarto de siglo, si bien es cierto que habrá países que crecerán, otros se quedarán rezagados, y es que este desarrollo industrial no es solo para naciones del primer mundo, sino que es para todas, dado que la tecnología y la ciencia permitirán que las riquezas se gestionen a distancia y de manera colaborativa (*crowdsourcing, crowdfunding...*). El informe del Foro Económico Mundial de Davos (2016) proyectó que para el 2020 se perderán 5 millones de puestos de trabajo, en los 15 países más industrializados, debido a la automatización y a las nuevas tecnologías de inteligencia artificial, la impresión 3D, la nanotecnología y la robótica. Como consecuencia de estos, se crearán 2 millones de puestos de trabajo en las áreas de computación, ingeniería, arquitectura y matemáticas. En otras áreas se visualizó que las pérdidas de puestos de trabajo impactarán un 52% a los hombres y un 48%, a las mujeres. Sin embargo, advirtieron que, de cada 5 puestos de trabajo eliminados para las trabajadoras, solo se podrá recuperar uno, mientras que para los varones, la recuperación será de 3 por cada 5 empleos eliminados. De manera que debemos enfrentar una transformación inminente de la actividad económica vinculada al trabajo y a los momentos de ocio.

Es importante entender que el impacto de la ciencia, el crecimiento de las nuevas tecnologías y las creaciones artísticas, se están proporcionando en un contexto de un ciclo de crisis, de desaceleración y recesión, que ha provocado la desaparición de millones de

---

<sup>28</sup> KLAUS SCHWAB. Fundador y Presidente Ejecutivo del Foro Económico Mundial. (WEF, siglas en inglés) 14 /01/ 2016.

puestos de trabajo estables y un avance del empleo precario informal y el subempleo (WEF, 2016). Lo que se traduce por un lado en crecimiento, por el otro se vislumbra en aumento de pobreza, que puede ser controlado si se toma en cuenta que en este siglo XXI la cultura está en ebullición, en esta Economía Naranja en pleno “techo-desarrollo” de Cuarta Ola, actividad que ha surgido y está creciendo precisamente por la demanda que las Industrias Culturales y Creativas (ICC) vinculadas al ocio y al bienestar social.

Para el 2025 los organismos internacionales como la ONU afirman que el mundo seguirá dividido en países desarrollados, poco desarrollados y los en vía de desarrollo, identificados también como los países del norte y lo del sur; los ricos y pobres (los interventores y los intervenidos, los ayudadores y los ayudados) los incluidos en el último grupo son los que por muchas razones y circunstancias mantienen sus economías sobre la base del trabajo barato y de baja calificación, como Asia y América Latina. Regiones del planeta que son y seguirán siendo las más perjudicadas, porque sus ventajas comparativas basadas en el bajo costo del trabajo se perderán ante este cambio de paradigma en la economía mundial. Lo mismo vale para los países que se empeñan en mantener sistemas de enseñanza obsoletos, en aulas no especializadas, en donde los currículos solo tienen como propósitos disciplinar la futura fuerza de trabajo laboral, negándose en la mayoría de los casos a estimular la creatividad y la innovación entre niños, adolescentes y jóvenes adultos. (Tofler, 2009).

Pero, no todos los países pobres y los en vía de desarrollo tendrán igual acceso a las maravillas de las ciencias y la tecnología. Aparentemente, la regla que se ha impuesto en nuestra economía capitalista es que la concentración de la riqueza, el control de la información, la transferencia de saberes es responsabilidad de los poderes estatales y la comunidad representada por sus líderes.

El mundo que nos rodea está cambiando a una velocidad sin precedentes. En este punto de inflexión, nuestros conceptos tradicionales acerca de la sociedad, el empleo de calidad y el Estado-nación son desafiados, y muchos ciudadanos se sienten inseguros o incluso amenazados.

Se necesita un nuevo modelo de liderazgo responsable y receptivo que nos permita abordar los desafíos que el mundo enfrenta, desde la seguridad hasta la Cuarta Revolución Industrial, con un pensamiento a largo plazo y orientado a la acción, y mayor solidaridad a nivel nacional y global. (Schwab, K., en WEF, 1917)

Es por lo que cada vez se hacen más presentes los síntomas de la “Cuarta Ola del Desarrollo de la Humanidad”, que se hacen perceptibles a través de indicadores culturales que se pueden apreciar desde la “Economía Creativa y/o la Economía Naranja”, en las que los países que tienen una cultura rica en paisajes podrán crear puestos de trabajo y generar riqueza con el turismo, así como también con su herencia patrimonial y ancestral, la cual podrán ofrecer para el disfrute del ocio. En ese sentido Irina Bokova, Directora General de la UNESCO (2013), afirmó que la economía creativa además de generar puestos de trabajo contribuye al bienestar general de las comunidades, fomenta la autoestima individual y la calidad de vida, lo que redundará en un progreso razonable e integrador de la comunidad internacional, logrando así un desarrollo humano sostenible.

Las anteriores afirmaciones dan luz de lo que ya está ocurriendo, y es que habrá un desplazamiento de los lugares de empleo. Pues, el sector donde se supone que la “Cuarta Revolución Industrial” avanzará más en el futuro inmediato será en el de los servicios generados por la difusión masiva de los computadores y software asociados al trabajo de oficina y en el desarrollo del ocio digital, (el que se refiere a las prácticas de algún juego solo o compartido en el ciberespacio, ver o compartir informaciones con alguna aplicación de *softwares*). Igualmente se crearán puestos de trabajo por el desarrollo de los servicios de las ICC, sobre todo, las actividades de ocio que brindan con mayor facilidad desde estas industrias en las que se promocionan las buenas prácticas que encuentran y multiplican el conocimiento de los pueblos. Helen Clark, administradora del PNUD (2013), lo confirmó cuando dijo: “La cultura es a la vez un catalizador y un motor del desarrollo sostenible. Produce nuevas ideas y nuevas tecnologías que permiten a las personas responsabilizarse de su propio desarrollo y estimula la innovación y la creatividad, que impulsan un crecimiento integrador y sostenible”. (p.9).

#### **1.4.- RETOS PARA FORTALECER EL MECENAZGO EN REPÚBLICA DOMINICANA**

Los desafíos que enfrenta el país para establecer un sistema de patrocinio ideal en un mundo que coordina su gobernanza con pueblos que están a la vanguardia, o que se encuentra en vía de desarrollo, son en varias direcciones. Solo lo lograrán aquellos países que procuren hacer un balance de sus propuestas culturales entre otras que influyen en el PIB. Estas ofertas que son producidas a través de la ICC se hacen más efectivas dentro de un Estado democrático y de derecho, sustentado sobre la Declaración Universal de los Derechos Humanos, en la cual se cumplen principalmente dos derechos fundamentales: Derecho a la Cultura y el Derecho a la Información, los cuales garantizan a todas las

personas las posibilidades de acceder y disfrutar de los bienes de la cultura. Pues, sin una opinión pública debidamente informada, la democracia termina languideciendo. Por estas razones, la actividad de patrocinio cultural debe ser realizada de manera conjunta, compartida y sobre todo colaborativa, donde las fuerzas vivas de la nación se deben comprometer a respetar los demás derechos universales consignados en la Carta Magna de sus respectivos países.

En la interacción “gobernador y gobernados” donde entran los diferentes sectores de la sociedad representados por sus instituciones de negocios, sus ONG y sus instituciones de promoción cultural, la clase adinerada, la clase media y el pueblo común (los que tienen menos poder de compra), “practican el juego de la democracia”. Es aquí en donde entra en juego la Cooperación Internacional Pro-Desarrollo (CID) para constituirse en uno de los instrumentos fundamentales del Estado que ayuda y promueve el ejercicio del bienestar social y personal, siempre vistos desde el “Entorno Basado en Derechos Humanos (EBDH)” (de Bringas, 2014). Este esfuerzo se fortalece a través de intuiciones nacionales e internacionales que para cumplir sus funciones de patrocinar los eventos que han influenciado en la cultura, “deben hacerlo a través de una relación simbiótica y triangular entre el Estado, la Sociedad Civil y la CID, (Ver Infografía No. 3.1). Cualquiera de las partes de este mapa institucional es fundamental para la construcción de un sistema estable y consistente de derechos. Ninguno de los actores podrá ser sustituido o abstraído del juego de responsabilidades y exigencias.” (de Bringas, 2014 p12). J.J Rousseau (1762), lo reafirma al verlo como un contrato social "Toda ley que el pueblo en persona no corrobora cumpliéndola, es nula."

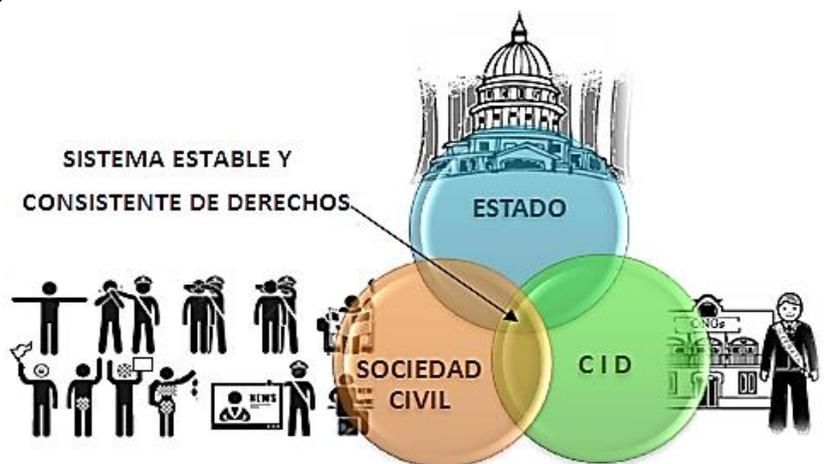


Ilustración LARS, 2016

INFOGRAFÍA NO. 1.2. COLABORACION PARA EL PATROCINIO. Dentro de la Cooperación Internacional Pro-Desarrollo (CID) también se incluyen las actividades de patrocinio gestadas a través del mecenazgo, la filantropía y sus formas contemporáneas de manifestarse el apoyo al desarrollo humano.

### 1.4.1.- Papel del Estado en el Patrocinio Cultural

Si queremos tener una idea clara sobre el rol del Estado en el tipo de apoyo, asistencia y mantenimiento de la cultura, veamos lo que se plantea desde la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas, sobre la definición de los Derechos Humanos. Pues la institucionalidad de un gobierno se fundamenta en el respeto a cada uno de estos mandatos.

Los Derechos Humanos son derechos inherentes a todos los seres humanos, sin distinción alguna de nacionalidad, lugar de residencia, sexo, origen nacional o étnico, color, religión, lengua, o cualquier otra condición. Todos tenemos los mismos derechos humanos, sin discriminación alguna. Estos derechos son interrelacionados, interdependientes e indivisibles. Los Derechos Humanos Universales están a menudo contemplados en la ley y garantizados por ella, a través de los tratados, el derecho internacional consuetudinario, los principios generales y otras fuentes del derecho internacional. El Derecho Internacional de los Derechos Humanos establece las obligaciones que tienen los gobiernos de tomar medidas en determinadas situaciones, o de abstenerse de actuar de determinada forma en otras, a fin de promover y proteger los derechos humanos y las libertades fundamentales de los individuos o grupos. (ACNUDH, 2016, web.ohchr.org).

Así pues, siguiendo los lineamientos trazados en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, se aprecia que el rol del Estado en teoría debe ser el de un protector, promotor, patrocinador en la producción de los bienes y los servicios de la cultura. En la práctica, en Latinoamérica es todo lo contrario, por razones socio-económicas y hasta históricas se comporta como su rector y guía, pues de alguna manera, las metas y propósito, se relacionan con la fase *“panem et circenses”* (Juvenal, 100 a. C) que en su traducción se entiende como: “al pueblo hay que darle pan y circo para mantenerlo entretenido”, una práctica iniciada en la antigua Roma y que aún hoy sigue funcionando como estrategia de manejo de los destinos de una nación. Sin entrar en consideraciones críticas, lo expresado anteriormente, es reiterado por los representantes de la sociedad civil y la Administración Pública, quienes sostienen que el Estado debe ser un organizador, patrocinador y facilitador en la producción de los bienes y los servicios de la cultura, no su rector, ni siquiera su guía.

El Estado es el único responsable de garantizar y procurar ese derecho a la cultura, y en esa tarea es insustituible, sin posibilidad de renuncia a su papel fundamental para regular los desequilibrios del mercado, que no sólo son las disparidades en la cadena productiva, sino las tendencias concentradoras, la ausencia de límites y reglas claras a libre competencia, y asegurar por supuesto el respeto a los derechos de creación, libertad de expresión y derecho a la información. (Corral Jurado, 2013)<sup>29</sup>.

Javier Corral J. (2013) expresa la importancia de que exista un marco legal que rija el patrocinio cultural en todas las áreas de las ICC. De ahí la necesidad de que esta actividad sea regulada por el Estado con leyes específicas, cuyos estudio e implementación deben ser compartidos con instituciones del sector privados (productores de puestos de trabajo, instituciones educativas y las ONG), quienes ejecutarán los verdaderos patrocinios culturales con el apoyo Estatal, que constitucionalmente tiene la función de encaminar todas sus acciones para mantener viva la cultura. Pues la desvalorización del mundo humano crece en razón directa de la valorización del mundo de las cosas (Marx, 1844), una realidad que tendrá valor y efecto según el contexto en que analice esta frase: “Los hombres y las mujeres corren el riesgo de verse reducidos a meros engranajes en una maquinaria que los considera meros artículos de consumo para ser explotados, con el resultado de que cada vez que una vida humana ya no es útil (...), se descarta (...), Papa (Francisco, 2014)”<sup>30</sup>

#### **1.4.2.- Sector Privado y Patrocino Cultural**

Gestionar la cultura es papel fundamental del Estado para procurar el bienestar de la gente, esta es una premisa que todo el que se vincula con la Administración Pública debe tener claro, y sobre todo que debe ser cuidadoso con los recursos estatales destinados al sector cultural. Pues, en los países en vía de desarrollo, las prioridades siguen siendo más hacia las necesidades primarias, las fisiológicas y luego a las que nos facilitan la convivencia, la aceptación social y la autorrealización (Maslow, 1943), como las que dedicamos a cultivar en nuestros tiempos libres con prácticas de ocio valioso.

---

<sup>29</sup> JAVIER CORRAL JURADO, Gobernador del Estado de Chihuahua, México, período 2016 a 2021, lo expresado sobre su política cultural lo hizo cuando fue Senador del mismo Estado en el 2013.

<sup>30</sup> Tomado del Discurso en el Parlamento Europeo, Estrasburgo, 25 de noviembre de 2014 y citado en el mensaje que enviara al Foro Económico Mundial Davos 2018). <https://www.weforum.org/es/agenda/2018/01/el-mensaje-del-papa-francisco-a-davos18/>

El apoyo de esta múltiple demanda de necesidades culturales no puede ser asumido del todo por Gobierno central, pues el presupuesto siempre está comprometido con otros renglones. Ante esta situación generalizada la participación público-privada es promovida de manera estratégica con estímulos e incentivos para que la empresa privada sea más activa y desarrolle programas culturales. “Es así como muchos países, conscientes de la insuficiencia de los recursos públicos, promueven leyes de apoyo cultural con el fin de que exista una mayor participación del capital privado” (Gaviria de Muñoz, 2012). Así como también realizan acuerdos bilaterales con organismos nacionales e internacionales (ONU, UNESCO, OIE, BID, BMD, CEPAL...) para desarrollo de sus pobladores. Siempre haciéndolo con instituciones locales que promueven acciones complementarias al mecenazgo, nunca sustituyendo la parte de financiación pública, como alude Isabel Rosell (2014)<sup>31</sup>:

Las instituciones públicas tenemos la obligación y la responsabilidad de garantizar la creación y el mantenimiento de las instituciones culturales. Sea como sea, el momento económico de países algo insoslayable. Yo quiero hacer énfasis en el papel que tiene la sociedad civil. En Estados Unidos, el 80% del ingreso en cultura procede del ciudadano, no de las empresas. Y lo que ocurre en España, que casi todos acudimos a las mismas empresas, no pasa en Europa ni en Estados Unidos, donde la empresa decide qué proyectos apoyar. Claro que habría que matizar entre esponsorización, patrocinio y mecenazgo. Porque el mecenazgo es un compromiso a medio y largo plazo. (Rosell, 2014 en web.cultural.com,).

Dentro de sus criterios gerenciales las empresas privadas generalmente tienen políticas de aplicación de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), o Responsabilidad Social Corporativa (RSC), como también se le denomina, a esta actividad, que ayuda a las empresas lograr los objetivos de justicia social y prosperidad económica procurando ser un mediador para alcanzar el bienestar a la mayor cantidad de personas posibles, más allá de las corporaciones y sus accionistas (Bowen1953). Esta actividad de ayuda a la cultura ha tomado preponderancia en los últimos sesenta años, entendiéndose hoy como parte de

---

<sup>31</sup> ISABEL ROSELL, directora general de Bellas Artes, del Libro y de Archivos de la Comunidad de Madrid, emitió su juicio en un momento como el actual, en el que la situación económica impide que el arte y la cultura reciba los recursos necesarios, en el cual la empresa privada tiene que asumir el papel fundamental de dinamizarla. Pero ¿Qué significa ser mecenas hoy? ¿Qué papel tienen las empresas y la sociedad civil? ¿Cuál es el futuro inmediato? para debatirlo, se convocó a personalidades vinculadas con la educación, la cultura, el deporte; y fundaciones vinculadas con el arte. El Cultural 12/12/2014.

Relaciones Públicas<sup>32</sup> o del Marketing Social Corporativo (MSC), el cual tomó fuerza en Estados Unidos a partir del 1980, extendiéndose por todo el mundo capitalista en los últimos treinta años.

El MSC es un concepto que se motoriza a partir de la vinculación de las empresas con algún problema que aqueja a la comunidad, condicionando esa ayuda a que siempre aparezca visible la marca comercial de alguno de sus productos o proyectando la imagen corporativa. Actividad que se entiende también como un endorse, que se refiere a la acción de dar aprobación a algo, respaldar a alguien, como a un candidato o una persona jurídica o a un evento cultural en la comunidad, también se define como un espaldarazo desde el punto de vista mercadológico y publicitario en el ámbito de lo comercial, o lo social (RAE).

- **MARKETING SOCIAL UNA VERDADERA RESPONSABILIDAD CON LA SOCIEDAD**

El endoso (*endorse*) identificado como "*Marketing Social*", practicado para fortalecer la actividad de responsabilidad de las empresas, tomó fuerzas a finales de los ochenta y principio de los noventa. Hay que destacar que este es un enfoque de marketing dirigido no tanto al lucro monetario, sino más bien para apoyar acciones no lucrativas que benefician directamente a una comunidad, cuya acción permite a las instituciones de negocios alcanzar sus objetivos estratégicos y sus metas generales de una manera más eficiente.

De aquí que los estudiosos del marketing como Philip Kotler, Andersen y Eduardo L. Roberto prestaron especial atención al marketing que ayuda a proyectar la imagen de marca a través de acciones de las empresas públicas o privadas que endosan actividades vinculadas a proyectos que resuelven problemas sociales, cuyo retorno no se mide en dinero, sino más bien en una gratificación de parte de las personas vinculadas con la marca. Lo que ayuda a proyectar su imagen ante ese público que reconoce sus bondades. Esta actividad se denomina hoy Marketing Social Corporativo (MSC), que también se entiende como aquella en la cual coadyuvan empresas privadas y organizaciones no lucrativas, las primeras reciben indirectamente incrementos económicos, la segunda el de satisfacer una necesidad cultural a la comunidad, ambas persiguen relacionar sus productos finales, bienes y servicios con un posible público consumidor (Alonso V. 2006).

---

<sup>32</sup> RELACIONES PUBLICAS: Un concepto cuyos inicios se remontan a la primera mención registrada sobre las Relaciones Públicas registrada en 1882 se le atribuye a Dorman Eaton, abogado y profesor de la Yale University de los EU tituló sus conferencias "The Public Relations and the Duties of the Legal Profession", donde planteo la expansión de los negocios. en las ciencias humanísticas.

En España, se introdujo el concepto de MSC en la década de los noventa, con un matiz más de aspecto social que con sentido comercial, siendo este el objetivo de este (Alonso V. 2006). En Latinoamérica se hace sentir, pero solo a través de la publicidad internacional de marcas globales, que se proyectan en la región. Esta actividad de MSC, hoy rivaliza con otras formas de ayuda, dado que su estrategia de aplicación aporta igualmente ventajas a la empresa y beneficios a los consumidores, igual que el mecenazgo o patrocinio cultural, pero manteniendo sus diferencias. El mecenas patrocina por el interés de la satisfacción que él recibe al ayudar a crear artes, tecnología y ciencia y el filántropo lo hace con cierto desinterés propio y lo hace para apoyar a la humanidad en ser mejor. Ambas prácticas a título personal, mientras que la MSC siempre será a nombre de una empresa de negocios que busca su enriquecimiento. En fin, lo cierto es que la empresa al llevar a cabo su patrocinio aporta amplios beneficios, pero siempre a través de una entidad especializada para este tipo de servicios externa a la institución matriz, generalmente son empresas sin fines de lucro, u organizaciones no gubernamentales (ONGs) especializadas en administrar algún tiempo de patrocinio cultural.

Estas organizaciones de personas trabajan en colectivo para generar beneficios mutuos al ayudar a las personas en causas de interés sociocultural, dentro de los cuales se reportan: Buena imagen corporativa, valor agregado a la marca, fidelización de los clientes, incentivos fiscales según las leyes establecidas para tales fines, promoción del turismo, apoyo a la micro, pequeña y mediana industria, desarrollo de las artes, la tecnología y la ciencia. Sin embargo, muchos consumidores entienden que las empresas solo realizan su MSC por razones comerciales, lo que crea desconfianza entre sus posibles colaboradores. Mientras que cuando lo hace a través de organizaciones externas, que se muestran abiertamente relacionadas con el mecenazgo, la filantropía o la caridad, o algún otro tipo de patrocinio cultural de nuevo acuño, el Marketing Social Corporativo es percibido como una acción de verdadera Responsabilidad Social Corporativa.

#### **1.4.3.- Trabajo mancomunado para promover Patrocinio Cultural**

Vista la función del patrocinio en la gobernanza de un país, se debe tener presente que su funcionamiento siempre se desenvuelve dentro de una realidad dialéctica, que se desarrolla en momentos de crisis sociales e incertidumbre económica, en donde el sector público no siempre puede financiar proyectos de carácter social y cultural como lo amerita las necesidades de la población. Y como alternativa a la falta de recursos de las instituciones

públicas surge el patrocinio privado, entre otras ayudas que proceden de empresas de diversos sectores.

Tanto el patrocinio público como el privado deben garantizar la diversidad y la pluralidad de la oferta cultural siempre bajo un régimen de derechos, sobre el cual se establece una relación bilateral en donde aparecen instituciones nacionales e internacionales que colaboran en este accionar. Dentro de estas se pueden citar: La Organización de las Naciones Unidas para la Educación y la Cultura (UNESCO), El Banco Internacional de Desarrollo (BID), el Banco Mundial de Desarrollo (BM), la Organización de Estado Iberoamericano (OEI) y otras organizaciones que promueven el trabajo de manera coordinada, con planes a corto, mediano y largo plazo en el patrocinio de temas como: Diversidad Cultural, Patrimonio Mundial, Patrimonio Inmaterial, Patrimonio Subacuático, Patrimonio Mueble y Museos, Diálogo y Seguimiento, Acción Normativa, Situaciones de Emergencia y Creatividad en diferentes áreas de la Industrias Culturales y Creativas (ICC) o la Industrias del Ocio y el Bienestar. En las áreas mencionadas se desarrollan iniciativas que son apoyadas para proporcionar ayuda financiera y asistencia de estudios en pro de especializar fondos para que se hagan realidad las políticas públicas.

El potencial que guarda la región para contribuir de manera más significativa al desarrollo económico no puede ser desaprovechado, por lo que el fomento de la cultura y las industrias culturales parece ser una tarea fundamental que requiere un papel más activo de los Estados para generar las condiciones contextuales y políticas de estímulo y regulación para producir bienes y servicios culturales. En dicho contexto, es fundamental que el Estado asuma un compromiso más importante con el mundo de la cultura. El soporte público puede contribuir a través de becas, créditos con tasas preferenciales, exenciones fiscales y acceso a fondos concursables. Es necesario también un incremento de la inversión privada directa, a través de promoción comercial, auspicios u otras formas de contratos que busquen compartir beneficios. Además de un aumento de las donaciones privadas y de mayores iniciativas público-privadas. (OEI, 2012 pp.161,162).

Estudios realizados en los últimos cinco años sobre el desarrollo y hábitos de consumo de cultura en Latinoamérica, arrojan luz sobre la urgencia de que se continúe fortaleciendo las Industrias del Ocio, es decir las Industrias Culturales y Creativas (ICC), donde se incluye el turismo, el deporte y las artes visuales entre otras actividades que producen bienestar y placer, como las que han surgido a partir del ensanchamiento del mundo digital, con esto

del desarrollo de las superautopistas de transferencia de datos e informaciones. Y es que nos encontramos ya, dentro de un nuevo paradigma, identificado como la “Cuarta Ola del Desarrollo de la Humanidad”, en donde la economía es más creativa que en el anterior estadio de desarrollo, obedeciendo a una nueva manera de transferir el conocimiento (WEF, 2016).

Diversos estudios han mostrado que el potencial de Latinoamérica se ven limitado por diversos factores, siendo principal y fundamental el tema del financiamiento. El problema de escasez de fondos y créditos para solventar proyectos culturales se explica por el riesgo inherente de estas actividades (derivado de la incertidumbre del retorno, la inmaterialidad de sus activos, etc.), el insuficiente desarrollo de los mercados financieros y de fondos de capital de riesgo o créditos culturales (2006 OEI, 2012, p161).

En el estudio titulado: *Encuestas de Hábitos de Consumo de Cultura en Latinoamérica* se cuantificó el grado de prácticas culturales, y se midieron los niveles de conocimiento que se tienen en la región sobre la importancia de la cultura en el desarrollo personal de los ciudadanos y lo positivo que es para su inclusión social. Resultado de esto se obtuvo un nivel medio que fue calificado como razonable por la oficina encuestadora Latinobarómetro (2013-2014). Dado el desarrollo económico y social de la región, el grado de disfrute de los bienes culturales se encuentra condicionado por las variables de educación, edad y nivel socioeconómico, las cuales pueden ser modificadas a través de políticas públicas que faciliten al mayor número de personas el acceso a los bienes culturales y se promoció la existencia de una oferta plural y de fácil acceso. En este hecho, la educación se reafirma como la palanca decisiva para transformar esta realidad, pero debe ser una “educación glocal”, que se fundamente en lo autóctono y se fortalezca con la cultura foránea, para que la marca país sea fuerte y con características propias.

Desde luego, la educación no es la única variable que se debe tomar en cuenta.

El desarrollo de la oferta cultural necesita un gran esfuerzo de inversión en recursos económicos. Por ello, sigue teniendo todo el sentido el acuerdo de la X Conferencia Iberoamericana de Cultura (Valparaíso, Chile 2007) en donde se planteó destinar de forma progresiva al fomento de la cultura un mínimo del 1% del presupuesto general de cada Estado. Como se muestra en otro estudio realizado por la OEI en colaboración con CEPAL cinco años (2012) después de este acuerdo, estamos muy lejos de haber conseguido este objetivo. La mayoría de los países se encuentran

por debajo del 0,5% y solo dos países: Portugal con el 1,21% y Cuba con el 1,04% superan el 1% del gasto público (OEI, 2013, p.164).

Es preciso recalcar que el desarrollo de la oferta cultural puede ser fruto de la colaboración público-privada. Para ello es necesario que los gobiernos establezcan las condiciones legales, los estímulos económicos y fiscales, que promuevan esta colaboración siguiendo las tradiciones en cada país y con las demandas sociales.

En esta última revolución industrial se debe tener en cuenta, por otra parte, que las industrias creativas y culturales, sobre todo las que promueven las buenas prácticas de ocio, guardan todavía un potencial importante para contribuir al desarrollo económico de la región. Las políticas públicas hoy deben aplicarse con inteligencia social, más colaborativa en donde las corporaciones de negocios tomen decisiones en conjunto con el Estado, las cuales deben ser más innovadoras, específicamente en la línea que plantean las recientes investigaciones y disposiciones legales emitidas desde el Estado, para que la sociedad desarrolle una conciencia colectiva que sea capaz de aunar esfuerzos que ayuden en el aumento de los patrocinios culturales.

#### **1.4.4.- Necesidad e importancia de la Ley de Patrocinio Cultural**

Las ayudas serán siempre limitadas y por proyectos, así pues, sobre los anteriores criterios externados, se puede advertir que, solo podrán prosperar aquellas naciones que tengan un marco legal sustentado en sus propias constituciones. Es por lo cual urge que se creen y aprueben en el menor tiempo las leyes que han de promover y desarrollar la cultura y con mucho más ahínco aquellas regiones que tengan el potencial para contribuir de manera más significativa al desarrollo económico, por lo que el fomento de las industrias culturales debe ser una tarea fundamental que requiere un papel más activo de los Estados para generar las condiciones contextuales y políticas de estímulo y regulación para producir bienes y servicios culturales. Un planteamiento que la UNESCO viene proponiendo desde hace más de quince años (15), tiempo en que se ha empeñado en demostrar el papel de la cultura en los procesos de desarrollo, propiciando diaphanidad en la actividad económica y social, presentando el desarrollo cultural como un factor transversal clave para lograr otros objetivos en educación, salud, gobernabilidad y otros objetivos del milenio.

- **UN PUNTO DE PARTIDA PARA EL PATROCINIO CULTURAL ESTATAL**

Sobre los acuerdos logrados en 2012 por los países de la región en la XV Conferencia Iberoamericana de Cultura, celebrada en Salamanca, España, dio apertura para que se

realizara un estudio focalizado en el consumo cultural en la República Dominicana. Este estuvo coordinado por Catalina Andújar en el 2014 con autoridades del Banco Central y el Ministerio de Cultura. La medición se hizo bajo el título: Encuesta Nacional de Consumo Cultural 2014 (ENCC-RD 2014)<sup>33</sup>, la cual arrojó datos importantes sobre el consumo de cultura de los hogares dominicanos. Dentro de las informaciones más preponderantes de esta consulta presentamos las siguientes:

- Los hogares dominicanos realizaron un gasto total de RD\$11,469.2 millones de pesos en actividades culturales durante 2014;
- Cerca de 1.8 millones de dominicanos asistió a algún evento cultural, siendo el cine el más frecuentado, con un 45 %;
- El gasto realizado por familia en asistencia a lugares y eventos culturales alcanzó un monto de RD\$1,675.2 millones de pesos;
- 2.8 millones de dominicanos tuvieron acceso a internet y fueron hechas unas 5.3 millones actividades de navegación, de las cuales escuchar música grabada, ver videos y películas y descargar música y video, ocuparon los primeros lugares; el gasto por este concepto fue de RD\$4,209.0 millones de pesos;
- Cerca del 19% de la población dominicana de 15 años y más residente en las zonas urbanas, compró algún producto cultural;
- El 70% de las compras fue realizada en establecimientos formales (librerías, centros comerciales), y el restante 30% en la vía pública y puestos ambulantes;
- De los productos considerados, el mayor porcentaje correspondió a libros (54.0%), seguido de periódicos y revistas;
- El 1.3% de la población encuestada participó en la organización o desarrollo de algún evento cultural, generando ingresos estimados en RD\$1,035.7 millones de pesos.

---

<sup>33</sup> NOTAS ACLARATORIAS DEL COMIENZO DE LA MEDICIÓN DEL CONSUMO CULTURAL EN EL PAIS.

\*1.- Sobre la ENCC-RD 2014. La Primera Encuesta de Consumo Cultural de la República Dominicana fue realizada en el mes de octubre de 2014, como un módulo especial de la Encuesta Nacional de Fuerza de Trabajo, que realiza el Banco Central de la República Dominicana. ENCC-14. La encuesta midió la participación y el gasto realizado en los hogares, siguiendo cuatro variables: 1) Asistencia a lugares y eventos culturales; 2) Uso de internet; 3) Compra de productos culturales; 4) Participación en espectáculos culturales. La población objetivo de la encuesta estuvo constituida por personas con edad de 15 años y más, residentes en zonas urbanas, que concentra el 75% de la población total del país. Fueron seleccionadas 6,240 viviendas, para una muestra efectiva 4,935 viviendas.

Es importante destacar que, al cierre de la investigación de esta tesis (2017), los datos han cambiado positivamente, los cuales no fueron incluidos por estar un tanto dispersos, pues hasta ahora las instituciones que hicieron la primera medición no la han repetido. Los resultados de la Primera Encuesta Nacional de Consumo Cultural de la República Dominicana están disponibles en las páginas web del Ministerio de Cultura [www.cultura.gob.do](http://www.cultura.gob.do) y del Banco Central [www.bancentral.gov.do](http://www.bancentral.gov.do)

Estos datos dan inicio a la creación del Observatorio Iberoamericano de la Cultura (OIC) y a las acciones para implementar los trabajos de apoyo y asistencia técnica para la creación de las Cuentas Satélites de Cultura<sup>34</sup> y la preparación de informes, encuestas y estudios que den cuenta del valor e impacto de la cultura en el desarrollo económico de los países de la región y que permitan visibilizar los aportes del arte y la cultura al desarrollo integral de las personas y las sociedades, (Andújar C. 2014, pp.47 a 147).<sup>35</sup>

- LEYES QUE SUPLEN LA INSUFICIENCIA DE UNA REGULACIÓN DEL PATROCINIO CULTURAL

La mayoría de los países que normalmente se encuentra en los rankings latinoamericanos tienen leyes de Patrocinio Cultural o de Mecenazgo, aprobadas y en ejecución o tienen programas de apoyo para el desarrollo de la Cultura. En esta investigación se han identificado más de una docena de países latinoamericanos que tienen en estudio leyes sobre patrocinio cultural, o algún reglamento que ayuda a gestionar esta actividad, o en su defecto, se administran siguiendo leyes adjetivas que rigen las exenciones del pago de impuestos. Generalmente esta dispensa fiscal se les hace a los empresarios por apoyo para el desarrollo cultural y las donaciones o ayuda social que hacen a las comunidades con que se relacionan, la cual está regida en el país por la Ley No. 2569 de Impuestos sobre Sucesiones y Donaciones, y la Ley 122-05 sobre la Regulación y Fomento de las Asociaciones Sin Fines de Lucro (ASFL) y otras leyes vinculadas con la cultura del país.

En las últimas dos décadas, República Dominicana ha dado pasos importantes en materia de reforma cultural; leyes importantes para el sector han sido aprobadas a partir del reconocimiento de los derechos culturales en el artículo 64 de la Constitución de la República, promulgada el 10 de enero de 2010. Entre estos hitos de apoyo a la cultura se destacan los que hemos incluido en la Lista No. 1.1.

<sup>34</sup> NOTAS ACLARATORIAS DEL COMIENZO DE LA MEDICIÓN DEL CONSUMO CULTURAL EN EL PAIS.

\*II.- Sobre la CSC: El objetivo principal de la Cuenta Satélite de Cultura (CSC) es crear un sistema de información económica relacionado con los productos, actividades y prácticas que pertenecen al ámbito de medición del campo cultural, que permita obtener información estratégica para la toma de decisiones en materia de políticas públicas orientadas a las Industrias Culturales. [https://oeidominicana.org.do/oei\\_publicaciones/3818/](https://oeidominicana.org.do/oei_publicaciones/3818/)

La Cuenta Satélite de Cultura de la República Dominicana (CSC-RD) fue elaborada siguiendo las recomendaciones del manual del Sistema de Cuentas Nacionales 2008, del Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO 2009 y de la Guía Metodológica para la Implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica, del Convenio Andrés Bello. Asimismo, la CSC-RD ha recibido el aval de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y ha contado con el apoyo de la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI); la Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana, del Sistema de Integración Centroamericana (CEEC/SICA); la Agencia residencial de Cooperación Internacional de Colombia (APC Colombia), el Ministerio de Cultura y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) de Colombia.

<sup>35</sup> CATALINA ANDÚJAR SCHEKER: Representante permanente de la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) en R.D.

LISTA No. 1.1	
LEYES PARA EL DESARROLLO CULTURAL DE REPÚBLICA DOMINICANA	
DE LA CONSTITUCIÓN DOMINICANA / DERECHOS CULTURALES Y DEPORTIVOS	
<p>Toda persona tiene derecho a participar y actuar con libertad y sin censura en la vida cultural de la Nación, al pleno acceso y disfrute de los bienes y servicios culturales, de los avances científicos y de la producción artística y literaria. El Estado protegerá los intereses morales y materiales sobre las obras de autores e inventores. <i>(Artículo 64 promulgado en la Constitución de la República Dominicana del 10 de enero de 2010, y los artículos 64 y 65 incluido en la modificación realizada a la Constitución el 13 de junio del 2015).</i></p>	
LEYES ADJETIVAS NO.	DESCRIPCIÓN
65-00 sobre el Derecho de Autor	Aprobada el 21 de agosto del 2000. signataria del Convenio de Berna para la Protección de Obras Literarias y Artísticas y de la Convención Internacional sobre Protección de los Artistas Intérpretes o Ejecutantes, los Productores de Fonogramas y los Organismos de Radiodifusión <i>(Convención de Roma)</i> .
Ley 122-05 Regulación y Fomento de las Asociaciones Sin Fines de Lucro	Esta ley rige las constituciones de las instituciones sin fines de lucro, las cuales reciben fondos estatales y de empresas privadas. Aprobada el 8 de abril de 2005.
502-08 sobre el Libro y Bibliotecas	Ley No. 502-08 del Libro y Bibliotecas. Publicada en G. O. No. 10502 del 30 de diciembre de 2008 para difundir la cultura a todos los niveles sociales.
481-08 Archivos de la República Dominicana	Ley General de Archivos de la República Dominicana. Aprobada el 25 de noviembre de 2008. Con esta decisión del Poder Ejecutivo se protege la memoria cultural de la Nación.
41-00 sobre la creación del Ministerio de Cultura	Que crea a la Secretaría de Estado de Cultura, 28 de junio de 2000 hoy Ministerio de Cultura a partir de la modificación de la Constitución de la República en el año 2010.
1-12 sobre Estrategia Nacional de Desarrollo 2030	La Ley Orgánica de la Estrategia Nacional de Desarrollo de la República Dominicana 2030 (END). Se espera que esta ley marque un hito en la forma de administrar la Nación, aprobada el 25 de enero de 2012.
82-13 Que modifica La Ley No. 108-10 <i>(Ley de Cine)</i>	Aprobada el 29 de julio de 2010, sobre Fomento a la Actividad Cinematográfica en la República Dominicana. Aprobada el 18 de junio de 2013
Proyecto de Ley para la protección el Fomento y Patrocinio Cultural <i>(Ley de Mecenazgo)</i>	Se encuentra en estudio desde el 2012, año en que fue presentada ante el Congreso de la República Dominicana.
Fuente: Constitución Dominicana, 2015 y varias publicaciones de leyes consultadas en la Gaceta Oficial.	

## LISTA No. 1.1. LEYES QUE PROMUEVEN EL DESARROLLO CULTURAL DE REPÚBLICA DOMINICANA

Se considera una conquista para el sector cultural la aprobación y puesta en vigencia de las leyes mostradas en la Lista No. 1.1, de las cuales es importante destacar la Ley 1-12, sobre la Estrategia Nacional de Desarrollo de la República Dominicana 2030, que incluye los ejes del desarrollo cultural. Igualmente, la Ley de Cine No.108-10, la cual ha permitido que esta industria cultural haya crecido y creado puestos de trabajo, ofrecer momentos de ocio y entretenimiento, al tiempo que dinamiza la economía. Es importante destacar la Ley 122-05 que rige la creación de Instituciones Sin Fines de Lucro, la cual es utilizada por mecenas y filántropos para cumplir dentro de sus funciones, la de patrocinadores de la cultura y el arte, dentro de normas legales establecidas por el Estado.

- FUNDACIONES SIN FINES DE LUCRO Y ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES

Antes de seguir exponiendo la necesidad de una ley de patrocinio debemos hacer una aclaración pertinente sobre la ONG y la ASFL ya que estos dos tipos instituciones patrocinadoras del bienestar humano es confundida muy a menudo. Veamos dos definiciones:

Una Organización No Gubernamental es cualquier grupo de ciudadanos voluntarios sin ánimo de lucro que surge en el ámbito local, nacional o internacional, de naturaleza altruista y dirigido por personas con un interés común.<sup>36</sup>

Las Asociaciones Sin Fines de Lucro son asociaciones formadas mediante el acuerdo entre cinco o más personas físicas o jurídicas (morales) para desarrollar o realizar actividades de bien social o interés público con fines lícitos y que no tengan como propósito obtener beneficios monetarios o apreciables en dinero para repartir entre sus asociados<sup>37</sup>.

Como se puede apreciar la primera está sustentada en la carta de la ONG por los organismos competentes de las Naciones Unidas (1996) y es un tanto genérica; la segunda, se encuentra en el artículo 2. Capítulo II de la Ley 122-05, emitida por el Congreso Nacional de la República Dominicana, aprobada el 08 de abril de 2005, esta es más específicas. Como se observa en ambos enunciados son básicamente igual. Pero hay una sutil diferencia que se puede apreciar en estos puntos: I.- Lugar y razón de su origen; II.- Forma de dirección y gestión de los proyectos; y III.- Origen de los fondos y recursos. Ver la Tabla No. 1.1 donde se exponen las similitudes y las diferencias en estos tres puntos:

- Ambas son instituciones sin ánimo de lucro que centran sus actividades en el trabajo humanitario, social y/o cultural a través de personal voluntario o contratado.
- Generalmente están adscritas a instituciones nacionales o internacionales, públicas o privadas, que le dan apoyo económico y facilidades de recursos para que realicen su trabajo.

---

<sup>36</sup> El Comité encargado de las Organizaciones no Gubernamentales fue establecido por la resolución E/RES/3(II) del Consejo Económico y Social (ECOSOC) del 21 de junio de 1946. El mandato ha sido revisado en varias ocasiones, el mandato actual está incluido en la resolución de ECOSOC 1996/31 (en la página 53 del documento E/1996/96).

<sup>37</sup> Esta definición de la ASFL, puede ser vista en el Cap. II, artículo 2. de la Ley 122-05, Congreso Nacional de la República Dominicana (2005. P.4).

- Se canalizan programas de responsabilidad social empresarial, que tienen como función mejorar la calidad de vida de la comunidad en donde la empresa de negocio está instalada.
- Una buena parte de sus esfuerzos cumplen funciones de filantropía, mecenazgo y caridad, modalidades de patrocinio que suplen varios programas en las áreas de salud, educación, alimentación, género, viviendas, y desarrollo comunitario.
- Los organismos nacionales e internacionales se refieren a ambas como organizaciones que gestionan beneficios para todas las personas necesitadas que pueblan el planeta<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> LAS ASFL & ONG SE CLASIFICAN DE MANERA GENERAL EN:

- **Asociaciones de beneficio público o de servicio a terceras personas:** realizan actividades orientadas a ofrecer servicios básicos en beneficio de toda la sociedad o de segmentos del conjunto de esta.
- **Asociaciones de beneficio mutuo:** realizan actividades que tienen como misión principal la promoción de actividades de desarrollo y defensa de los derechos de su membresía.
- **Asociaciones mixtas:** realizan actividades propias a la naturaleza de ambos sectores, de beneficio público y de beneficio mutuo.
- **Órganos interasociativos de las asociaciones sin fines de lucro:** dentro de esta clasificación se encuentran los consorcios, redes y/o cualquiera otra denominación de organización sectorial o multisectorial, conformada por asociaciones sin fines de lucro.

FUENTE: Ley 122-05 sobre Regulación y Fomento de las Asociaciones Sin Fines de Lucro, Capítulo III.

(Más información en criterios para asociarse. ¿Qué es una ONG? <http://www.un.org/es/civilsociety/dpingo/criteria.shtml>)

REGULACIONES Y NORMATIVAS QUE REGULAN LAS ASOCIACIONES SIN FINES DE LUCRO:

- [Reglamento de Aplicación No. 40-08.](#)
- [Norma General 01-2011 \(Norma General sobre Retención del ITBIS en Servicios de Publicidad y Otros Servicios Gravados por el ITBIS prestados por Entidades No Lucrativas\).](#)
- [Norma General 01-02 \(sobre Actividades Gravadas por Asociaciones No Lucrativas\).](#)

Tabla No. 1.1.

**SIMILITUDES PRINCIPALES ENTRE DOS TIPOS DE ENTIDADES PATROCINADORAS**

TRES PUNTOS	ONG	ASF
<b>I.- EN CUANTO AL ORIGEN</b>	El actor principal de la cooperación a nivel local e internacional. El nombre que hay detrás de la sigla ya nos pone en la pista de sus características fundamentales: <i>organización no gubernamental.</i> Se trata de asociaciones de personas de la sociedad civil que, al margen de los gobiernos, desarrollan su actividad social en los más diversos ámbitos. Por eso la principal diferencia con las ASFL es su origen.	Las asociaciones no tienen como propósito el lucro, por el contrario, surgen de la iniciativa de algún particular, empresa o, incluso, gobierno. Su creación es a partir de un consenso para la consecución de fines de carácter político, social, artístico y científico. Normalmente las ASFL son generadas por un problema, cuyo origen no puede ser resuelto por una sola institución o por una sola persona o por el Estado.
	<i>Las ONG y las ASFL son creadas por ciudadanos voluntarios sin ánimo de lucro, la cual surge en el ámbito local, nacional o internacional, son organizaciones de naturaleza altruista y son dirigidas por personas con un interés común.</i>	
<b>II.- EN CUANTO A LA DIRECCIÓN Y GESTIÓN</b>	Son dirigidas por un equipo directivo que rinden cuentas de su gestión a los socios de la organización. Cada cuatro años deben rendir un informe a sus asociados sobre las actividades realizadas. Si recibe apoyo de las Naciones Unidas; al menos debe enviar tres muestras de material informativo que de cuenta de su trabajo.	En las ASFL, se rigen por un patronato que tutela y marca las líneas de acción de la fundación. Este patronato está formado por un grupo que funge como una especie de guardianes o equipo directivo ( <i>presidencia, secretaría y vocales</i> ) que velan porque la actividad de la institución cumpla con el objeto socio cultural para el que fueron constituidas.
	Las ONG son "asamblearias", las cuales son pautadas según sus estatutos.	Mientras que las ASFL son dirigidas por un patronato elegido según una reglamentación estatutaria.
	Las ONG asociadas pasan por un proceso de evaluación y revisión especialmente diseñado para ellas que deben cumplir si quiere ser reconocida por la ONU.	La ASFL Incorporada por el poder Ejecutivo de la Nación, deben rendir cuenta al gobierno. Igualmente debe hacer un informe a las empresas de quien recibe recursos.
<b>III.- EN CUANTO A LOS FONDOS</b>	En el caso de las ONG, el punto de partida es la cuota de todos y cada uno de los socios la cual se completa con donaciones y subvenciones.	Las ASFL reciben una aportación de capital para su constitución por parte de los patronos que la constituyen.
	El recurso económico, las ayudas en materiales y especias provienen del Estado, de mecenas y filántropos que indistintamente apadrinan programas que pueden ser desarrollado en cualquiera de las ONG y las ASFL.	
FUENTE: Resolución 1996/31, Naciones Unidas, 49ª sesión plenaria, 25 /07/1996. Banco Medialanum. 24/03/2017		

Después de ver en la Tabla 1.1 comparativa, se aprecia que las ONG y las ASFL son de orígenes diferentes en su formación, pero en sus fines, tipos de programas, dirección y control administrativo, sus acciones coinciden al tener como finalidad el desarrollo humano, un propósito que persiguen muchas empresas que practican la responsabilidad social corporativa. Como en el país no hay asociaciones de mecenas o filántropos, pero sí hay empresarios que tienen fundaciones sin fines de lucro, oficinas extranjeras y nacionales que patrocinan el desarrollo del bienestar de la gente, en los últimos años se han incrementado la apertura de este tipo de instituciones.

Dilena Medina y Diuris Betance (2015) afirman que el papel de las ONG y ASFL se justifica, dado que el Estado no tiene una estructura que agilice las demandas de las comunidades, razón por la cual los gobiernos de turno dejan en manos de estas organizaciones, parte de las obligaciones que le corresponden como administradores del país. De esta manera, el Estado se convierte en un patrocinador, o más bien un facilitador, a través de sus ministerios y oficinas descentralizadas. Para realizar este compromiso social el Gobierno a través de la Dirección General de Impuestos internos (DGII) ha creado el Reglamento de Aplicación No. 40-08, puesto en vigencia en el 2008, al igual que un conjunto de normas para regular el pago de impuestos (Norma General 01-2011 sobre Retención del ITBIS en Servicios de Publicidad y Otros Servicios Gravados por el ITBIS prestados por Entidades No Lucrativas y Norma General 01-02 sobre Actividades Gravadas por Asociaciones No Lucrativas). El Estado dominicano ha creado reglas para transparentar el manejo de los fondos públicos y privados, dedicados a regular las funciones de las ASFL y ONG.

Según el Observatorio de Política Dominicana (OPD) y el Ministerio de Economía Planificación y Desarrollo (MEPyD) en el 2015 se registraron 6,693 organizaciones sin fines de lucro, mientras que en el 2018 se reconocieron 7,314. Durante este período hubo un aumento de 321 ASFL y ONG (Ver Tablas Nos. 1.2 y 1.3). Este ligero crecimiento de solo 4.4% en tres años es importante para ser estudiado, pues muchos economistas, politólogos y sociólogos se preguntaron ¿por qué no se redujeron o eliminaron ASFL y ONG, así como otros subsidios a importantes renglones de la economía? En un país en vías de desarrollo, como el nuestro, estas instituciones en vez de aumentar deberían ser más eficientes atendiendo las áreas de salud, educación, alimentación, género, viviendas y desarrollo comunitario, una acción que hasta el 2017 no ha sido bien llevada. Al final de cada año la rendición de cuentas del Gobierno es un punto relevante de debate en el país. Así lo demuestran en sus informes, la Cámara de Cuentas, entidad fiscalizadora encargada de recibir y evaluar los informes de rendición de cuentas de todas las dependencias estatales.

Desde el año 2015, el Banco Mundial a través del Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo, ha estado asistiendo con ayuda técnica y financiera en los procesos para que las ASFL y las ONG hagan más transparente y eficiente la gestión de los fondos de los asignados. Esto se hace desde el Centro Nacional de Fomento y Promoción de las Asociaciones sin Fines de Lucro, entidad que gestiona la asignación presupuestaria de fondos públicos para las instituciones incorporadas que ejecutan programas, proyectos y actividades tendentes a mejorar la calidad de vida de la población.

En un estudio realizado por la OPD-FUNGLODE (2014)<sup>39</sup> se observó el comportamiento de 6,693 ASFL y ONG, en esos resultados salió a relucir que el 53.2 % de las fundaciones que recibieron fondos del Estado, presentaron sus ejecuciones presupuestarias, mientras que el 46.8 % restante quedó pendiente de hacerlo, por lo que se desconoce el destino de los fondos asignados a poco menos de la mitad de las entidades que recibieron recursos económicos. Los datos del estudio también revelaron que solo 194 de estas no presentaron ninguna ejecución presupuestaria. (Medina D. y Betances D. 2015). Sin embargo, esta realidad está cambiando. Según declaraciones del ministro de Economía, Planificación y Desarrollo, licenciado Isidoro Santana y la directora del Centro para las ASFL (CASF) licenciada Celeste Silié (2018), al ponerse en vigencia la Ley 122-05 para la “Regulación y Fomento de las Asociaciones Sin Fines de Lucro”, se puso en ejecución por primera vez un proceso mediante el cual se subvencionaron a 1,201 de las 7,314 asociaciones inscritas, de las cuales 192 se estaban estrenando en su quehacer sociocultural, solamente el 30% de las instituciones que fueron favorecidas con fondos estatales cumplieron con los requisitos de la normativa. El resto de 6,113 ASFL y ONG no reportó su actividad al MEPyD, a pesar de estar inscritas y reconocidas por este ministerio, son fundaciones que reciben fondos por otras vías y les deben sus informes económicos a otros organismos. O simplemente no hicieron su declaración de ingresos y gastos a la Cámara de Cuentas.

La falta de cumplimiento es recurrente cada año, según el portal Datos Abiertos del Gobierno, R.D. (2018)<sup>40</sup>, de las 7,314 ASFL y ONG, 221 no entregaron sus informes de ejecución presupuestaria. Un hecho que evidencia un uso inapropiado por parte de estas organizaciones al no ser transparentes en la rendición de cuentas y al dejar descubierta la falta de administración, demostrando así, el mal manejo del dinero del Estado y los recursos de sus patrocinadores, lo que se constituye en la violación de la Ley 122-05. Una grave falta que abre la posibilidad para que sean intervenidas por el Gobierno, con el fin de eliminarles el apoyo, o para orientar a sus administradores para que mejoren el proceso de ejecución de los recursos económicos.

---

<sup>39</sup> INFORME SOBRE POLITICAS PUBLICAS REALIZADO POR DILENIA MEDINA Y DIURIS BETANCE Titulado: Responsabilidad social de las organizaciones no gubernamentales, (08 de septiembre de 2015). Observatorio Político Dominicano. (OPD) Fundación Global de Desarrollo (FUNGLODE). <http://www.opd.org.do/index.php/analisis-sociedad-civil/2033-responsabilidad-social-de-las-organizaciones-no-gubernamentales>

<sup>40</sup> ASOCIACIONES SIN FINES DE LUCRO ASFL Y ONG sin enviar reporte de ejecución de ingresos y gastos año 2017, corte al 23 de febrero del 2018, Reporte para la elaboración del Informe al Congreso Nacional. Ver reportes en el portal del MEPyD <http://datos.gob.do/dataset?q=asfl+rediccion+de+cuentas>

Celeste Silié, directora del Centro Nacional de Fomento y Promoción de Asociaciones sin Fines de Lucro (CNAFyP-ASFL), afirmó que, del total inscritos para el 2019 se recomendó la aprobación a 1,197 fundaciones, por su buen desempeño y calificación de los proyectos que llevaron durante el 2018. También, se le aumentaron a 303 los recursos económicos, lo cual ascendió a un monto de 177 millones. La directora del CNAF-ASFL recomendó al Congreso Nacional una asignación presupuestaria de RD\$1,896,460,217 millones para el 2019, un monto que supera en un 6% el del año 2018<sup>41</sup>. Aunque esta asignación sobrepasa el 1% recomendado por la UNESCO para el área cultural, quedó corto, según lo expresan los patronatos que dirigen las asociaciones sin fines de lucro.

Tabla No. 1.2  
REGISTRO DE ASFL Y ONG  
POR MINISTERIOS ESTATALES (2015) \*

MINISTERIOS	CANTIDAD
Presidencia	2,451
Educación	1,728
Salud	720
Deportes	399
Agricultura	305
Medio Ambiente	221
Mujer	216
Cultura	202
Juventud	117
Industria y Comercio	82
Ciencias y Comercio	43
Trabajo	41
Turismo	166
Consejo Nacional para la Niñez	96
Otros Programas	28
<b>Año 2015 TOTAL</b>	<b>6,693</b>



\*FUENTE: Elaboración OPD-FUNGLODE (2015) con datos Viceministerio de Planificación MEPyD, (2014) El aumento de 321 fundaciones no está especificada por provincias (2018)

Tabla No. 1.3  
REGISTRO DE ASFL y ONG  
POR PROVINCIAS\* (2015 al 2018)

PROVINCIAS	CANTIDAD
Santo Domingo	2,986
Distrito Nacional	747
Santiago	429
San Cristóbal	271
Valverde	197
San Pedro de Macorís	166
Monseñor Nouel	160
La Vega	134
San Juan de la Maguana	126
Puerto Plata	112
Peravia	100
Barahona	99
Duarte	89
Independencia	87
Monte Plata	86
Españillat	78
Montecristi	77
Bahoruco	75
Azua	71
La Romana	71
Sánchez Ramírez	69
Elías Pina	64
Hermanas Mirabal	54
Hato Mayor	52
El Seibo	50
Santiago Rodríguez	47
La Altagracia	46
San José de Ocoa	37
María Trinidad Sánchez	35
Dajabón	32
Samaná	28
Pedernales	18
<b>SUB-TOTAL</b>	<b>6,693</b>
<b>Incremento de fundaciones en tres años</b>	<b>321</b>
<b>Año 2018 TOTAL</b>	<b>7,314</b>

<sup>41</sup> ACLARACIÓN: El monto del Presupuesto General de la Nación para el 2018 fue de RD\$816,565,340,417, aprobado mediante la Ley 243-17. De lo presupuestado se especializó una partida RD\$2,480 millones para el Ministerio de Cultura, lo que representó el 2.04% del Presupuesto Nacional para el apoyo de la cultura, una partida que se suma a las de las fundaciones que apoyan los proyectos de bien público.

Otros datos importantes para esta tesis es que la mayor concentración de las ONG y ASFL se encuentran en Santo Domingo (2,986), seguido del Distrito Nacional (747) y Santiago (429). Estas tres demarcaciones suman el 62 % de todas las entidades registradas en todo el territorio nacional (Ver Tabla No. 1.3). De las ONG y ASFL ubicadas en el Distrito Nacional, vimos una muestra de las que tienen su área de acción en la Zona Colonial. Muchas de estas instituciones fungen como mecenas y filántropos, estas desarrollan sus actividades con recursos económicos provenientes del Presupuesto General del Estado y de otras instituciones internacionales y locales. En los próximos capítulos veremos en detalles, las personas e instituciones privadas y públicas que están ubicadas en la Ciudad Colonial, las cuales trabajan por el desarrollo cultural de la Zona. Sus directivos fungen como mecenas, filántropos y en muchos de los casos como instituciones de caridad, como las fundaciones que protegen a las iglesias, a la niñez desvalida y a los envejecientes.

- **UNA LEY DE MECENAZGO O PATROCINIO CULTURAL ESTANCADA**

No obstante, las reformas presentadas en la Lista 1.1 Leyes para el Desarrollo Cultural de República Dominicana y las 7,314 organizaciones sin fines de lucro registradas en el Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPyD), el sector cultural del país sigue adoleciendo de un recurso económico digno que cubra más y mejore las actividades culturales. Ante la necesidad de buscar nuevas fuentes para financiar la cultura, se formula la Proyecto de Ley de Mecenazgo, con el cual se espera dar apoyo a las iniciativas culturales de los diferentes sectores de la población dominicana. Es por lo cual desde el Ministerio de Cultura, en conjunto con sectores privados, se ampararon en la ley de Cultura 41-00, (2010)<sup>42</sup> que establece en su artículo 58, literal b:

---

<sup>42</sup> DEL FINANCIAMIENTO DE LA CULTURA CAP. IV, LEY41-00 SOBRE LA CREACIÓN DEL MINISTERIO DE CULTURA

**Artículo 56.-** El gasto publico anual en cultura debe alcanzar, de una manera gradual y creciente, un mínimo de un 1% (1 0/0) del gasto público total estimado para el año corriente.

**Artículo 57.-** El gasto público anual en cultura guardará una proporción de hasta un setenta por ciento (70%) para gastos corrientes y al menos un treinta por ciento (30%) para gastos de capital y de investigación. En caso de que los planes de desarrollo cultural del país demanden mayores inversiones de capital, el Estado podrá recurrir al financiamiento o ayuda extrema para lo cual se harán las previsiones de lugar.

**Artículo 58.-** Con el objeto de apoyar las iniciativas de los particulares que tiendan a fomentar la cultura de la población dominicana, se establece lo siguiente:

- Los premios que se otorguen en concursos públicos por entidades culturales oficiales o por fundaciones y entidades culturales privadas, estarán exentos del pago del Impuesto Sobre la Renta;*
- La Secretaría de Estado de Cultura, en consulta con los organismos pertinentes, hará los estudios necesarios para proponer una política integral de incentivos fiscales, de mecenazgo y de exoneración de impuestos en materia de cultura. Así mismo se investigarán nuevas fuentes de ingresos para el financiamiento de la cultura.*

El Ministerio de Cultura, en consulta con los organismos pertinentes, hará los estudios necesarios para proponer una política integral de incentivos fiscales, de mecenazgo y de exoneración de impuestos en materia de cultura. Así mismo, se investigarán nuevas fuentes de ingresos para el financiamiento de la cultura.

Es atinado expresar la siguiente interrogante: ¿Por qué si esta propuesta de Ley de Patrocinio Cultural (Ley de Mecenazgo) es tan importante para el país, no se ha aprobado aún?, tal parece que la comunidad ignora, o no entienden las ventajas y bondades de esta propuesta. También, quizás los empresarios que practican la caridad, la filantropía y el mecenazgo se conforman con lo planteado en la Ley 41-00, con la cual se creó la Secretaría de Estado de Cultura en el 2000, hoy Ministerio de Cultura a partir del año 2010; la Ley 11-92 (Código Tributario) y la Ley 122-05 (Sobre la ASFL) en las cuales al parecer se ofrecen iguales incentivos fiscales al que se propone en el Proyecto de Ley de Régimen de Incentivo y Fomento del Mecenazgo Cultural del país.

Abil Peralta Agüero (2016) crítico de arte y asesor de la Cámara de Diputados de la República Dominicana, ha ponderado la importancia que tiene la aprobación de este proyecto de ley de incentivo al patrocinio, pues por primera vez en la historia de la vida cultural dominicana, en las industrias creativas culturales, los artistas, los gestores culturales e instituciones culturales, incluyendo el ámbito de la ciencia, cuentan con un instrumento jurídico y legislativo, que al amparo de los derechos culturales, establecidos en la Constitución de la República y los objetivos del milenio, le ponen en sus manos una herramienta que le permitirá exenciones impositivas para las donaciones, compras de obras de arte y servicios, y además el acceso al crédito público para el financiamiento de acciones culturales, a través de la banca solidaria. (Quiñones, 2016). Este es el instrumento más valioso que tenemos en la cultura, ha afirmado Peralta Agüero en varios foros. Ahora falta la buena voluntad de los legisladores para su aprobación, ya que el proyecto sigue en estudio. Al parecer no ven que esta ley de patrocinio estimulará la creación de incentivos fiscales, que agilizarán el desarrollo de las industrias culturales. Otras personalidades de la vida cultural expresaron que simplemente hay apatía intelectual, y que están preocupados con el retraso de la aprobación de tan importante pieza legal para implementar el mecenazgo en el país<sup>43</sup>.

---

<sup>43</sup> ODALIS PÉREZ (2014) Crítico de Artes de la República Dominicana, ANITZA GUTIÉRREZ, directora de la Escuela de Historia y Crítica de Artes, UASD (2015), ARELIS SUBERO, directora de la Escuela de Artes Plásticas, UASD (2015) AMABLE LOPEZ (2017) crítico y promotor de Arte JUAN JOSÉ MESA Coleccionista de Artes (2017) FREDDY JAVIER (2018) presidente del Colegio de Artista Plástico, son personalidades con quien conversé sobre la propuesta de Ley y expresaron sus pareceres sobre esta imponente pieza legal y destacaron la importancia que tiene esta ley de patrocinio para el desarrollo cultural del país.

Manuel Jiménez (2016)<sup>44</sup> expresó: De seguir así se convertiría en letra muerta esta ley de Mecenazgo, la cual tiene por objeto definir un régimen de fomento e incentivo a las iniciativas y aportes económicos y de otra índole de mecenazgo del sector privado, sea de personas físicas o jurídicas, nacionales o extranjeras, para que contribuyan al financiamiento, total o parcialmente, de programas y proyectos para el desarrollo cultural de la Nación que beneficien a entidades públicas y privadas de la República Dominicana. Son múltiples los alcances que tiene esta ley para los diversos sectores y subsectores de la cultura, ya que apoyará e impulsará la investigación cultural, la creación artística y artesanal, al tiempo que fomentará las donaciones económicas para actividades de la culturales sin fines de lucro, así como para promover la preservación, restauración y puesta en valor de bienes inmuebles y muebles, pertenecientes al patrimonio cultural de la nación. También estimulará el fomento y la formación de capacidades técnicas para las academias y centros de formación en el sector artístico y cultural, y contribuirá al desarrollo de actividades ligadas a la productividad de la economía creativa; en fin, con su aprobación las industrias del ocio o las ICC crecerían rápidamente.

A juicio de muchos entendidos, esta propuesta de Ley de Patrocinio Cultural es de las más completas y actualizadas, comparada con las de otros países, incluyendo las que aún están en estudio y corren la misma suerte que la propuesta dominicana. Por ejemplo: el caso de España, que, ante los recortes de presupuesto en el 2012, propuso una nueva Ley de Mecenazgo que aumentó las deducciones fiscales al Impuesto de Renta del 25% al 70% en las donaciones y aportes de personas naturales y del 35% al 60% para personas jurídicas. El Ateneu Barcelonés y el Consejo Nacional de Cultural y las Artes reclaman mayor implicación del Estado y Generalitat con la cultura, piden un aumento de un 2% que en la actualidad es de 0.6% y un cambio de normativa. J. A, Montañés (2016) afirma:

España está muy lejos del modelo de Estados Unidos, en el cual los coleccionistas y mecenas gozan de muy buena reputación, además de reconocimiento público y de la desgravación del 100%, mientras que en el caso dominicano en la propuesta de ley de patrocinio cultural, solo se hará un deducible de un 10% anual sobre todo

---

<sup>44</sup> MANUEL DE J. JIMÉNEZ O., cantautor dominicano exdiputado de la República Dominicana ex miembro del Consejo Presidencial de Cultura, retomó el mandato de la Ley 41-00, y propuso el proyecto de ley mediante el cual se establece el régimen de incentivo y fomento del Patrocinio Cultural (Ley de Mecenazgo) 9 de julio 2012, la cual fue conocida en la Cámara de Diputados en el 2012. Enviada a la Cámara de Senadores, recibida y vista en la Segunda Legislatura Ordinaria del 2014, Sesión No.00223, Fecha: miércoles 29 de octubre de 2014: 4. Iniciativa: 02100-2014-SLO-SE, perimió en esta legislatura, fue introducida nueva vez a fin de que fuera estudiada para el 2015, se volvió a reintroducir y aún no hay información en este 2018 sobre su aprobación final.

lo patrocinado o donado. Es aquí en donde los estudiosos de la cultura focalizan el impase para que este tipo de legislación no prospere.

En nuestro país, el Estado ha sido siempre reticente a una ley de mecenazgo por temor a la evasión o porque los recursos irían a actividades no prioritarias, pero esto, como lo tienen algunos países europeos, tiene solución si hay una coordinación entre los Ministerios de Hacienda y de Cultura, que a través de un comité deben aprobar las actividades culturales a las que se puede aportar con base en el Plan de Cultura, como se hace en Italia. Además, se podría implementar, como en Alemania, que las empresas deduzcan sus donaciones como gastos de publicidad cuando tienen una contrapartida a cambio del patrocinio.

Francia, en su legislación, claramente diferencia el mecenazgo, que se considera como una donación deducible de impuesto, del patrocinio (o mecenazgo con contrapartidas), el que asimila a gastos publicitarios y que se trata con normas tributarias específicas. Y es que cada vez más el mecenazgo y el patrocinio son considerados parte de los instrumentos de comunicación corporativa y de marketing; bien para el conocimiento de una empresa y sus marcas y para la imagen de esta, lo que al final se traduce en una inversión.

En América Latina, Brasil ha sido el país más avanzado que ha promovido una ley que no sólo ha incrementado los recursos con la participación de la empresa privada, sino que ha generado empleo en dicho sector. Colombia, con la Ley General de Cultura, buscó nuevas fuentes de financiación a través de la creación de Fondos Mixtos (público y privados). Es importante traer el debate nuevamente para tener una legislación clara frente al tema de la participación privada en la financiación de la cultura y frente a un modelo de corresponsabilidad público-privada (Muñoz de Gaviria, 2012).

En el caso dominicano, las instituciones responsables no se ponen de acuerdo en identificar de dónde provendrán los recursos, para establecer el régimen de incentivo y fomento del mecenazgo. En el proyecto de ley de patrocinio cultural en su primera versión se estableció que a todas las personas físicas o jurídicas que sean benefactores, donantes o patrocinadores de proyectos y propuestas declarados “De Interés Cultural” por el Estado dominicano, se le aplicará un deducible de hasta 10% de impuesto sobre los ingresos brutos, al final de cada año fiscal.<sup>45</sup> Esto parece que ha sido uno de los puntos que impiden

---

<sup>45</sup> NOTA: Tomado del proyecto de ley mediante el cual se establece el régimen de incentivo y fomento del mecenazgo cultural, Art. 7.- Incentivo Fiscal, el cual ha cursado en el Senado de la República Dominicana desde el año 2012.

la aprobación de este importante dispositivo legal para promover la cultura, pues en la última versión del proyecto de ley ese monto se redujo a un 2.5 %<sup>46</sup> y aun así no se ha aprobado.

En la actualidad, el único descuento por patrocinio está regido por la Ley de Cultura en el Artículo 58, cuando dispone que: Los premios que se otorguen en concursos públicos por entidades culturales oficiales o por fundaciones y entidades culturales privadas, estarán exentos del pago del Impuesto Sobre la Renta. Otras motivaciones para apoyar el desarrollo cultural se ofrecen a través de la Ley 11-92 Código Tributario (Capítulos. III, Sobre las Exenciones, Artículo 343 Artículos Producidos en el país, numerales 12, 13 y15). Pero, es necesario que se apruebe y se ponga este importante instrumento jurídico en vigencia, para que ayude a lograr los siguientes propósitos:

- Incentivar y fortalecer mucho más el desarrollo cultural e integral del pueblo dominicano, para que se engrandezca el patrimonio de artístico, tecnológico y científico.
- Crear y ofrecer una herramienta que establezca claramente el marco institucional y jurídico, en el que se sustenten las normas existentes relativas a los incentivos para los aportes privados a la cultura.
- Organizar y promover al sector de la Industrias Culturales y Creativas (ICC) para que se puedan ser financiados los mejores y más eficientes proyectos e iniciativas que sean declarados de interés cultural de la nación.
- Crear el Fondo solidario de apoyo a la cultura, con recursos provenientes de los aportes financieros y donaciones voluntarias realizadas por los benefactores y donantes públicos y privados, que contribuyan con recursos nacionales o internacionales para los fines de lugar respecto el patrocinio.
- Ofrecer un marco legal para la práctica de marketing social corporativo, y la responsabilidad social de las empresas, para que las instituciones nacionales y extranjeras que operan en el país puedan ejercer políticas de responsabilidad social empresarial, contribuyendo con el desarrollo del talento de nuestros artistas y creadores, y en beneficio del bienestar de la sociedad dominicana.

---

<sup>46</sup> NOTA: Tomado de la versión del proyecto de ley para establece el régimen de incentivo y fomento del mecenazgo cultural, CAPÍTULO V DE LOS INCENTIVOS FISCALES, Artículo 18, aprobado por para Cámara de Diputados la Republica Dominicana en el 2018 y depositada en la Cámara del Senado de para su vista y aprobación.

- Realizar un ejercicio de administración mixta al interrelacionar sectores gubernamental central y descentralizado con el sector privado para atender requerimientos de la sociedad en cuanto a la demanda cultural, será una nueva fórmula más para gestionar el desarrollo humano en este siglo XXI.
- Coaccionar al Ministerio de Hacienda, al Ministerio de Cultura, al Consejo Nacional de Empresas Privadas, Rectores de Universidades Estatales y Privadas y la Dirección de Impuestos Internos, para que trabajen en la conformación de los organismos que harán funcionar la Dirección General de Mecenazgo.

• **OBSERVACIONES AL PROYECTO DE LEY DE PATROCINIO CULTURAL**

Los anteriores puntos se podrán cumplir solo si el proyecto de ley de patrocinio cultural es aprobado por las cámaras legislativas y promulgada por el Poder Ejecutivo, para luego hacer el reglamento y el establecimiento de las oficinas en un lugar físico, con toda la estructura organizativa que se explica en sus articulados. Al menos eso es lo que espera el sector cultural para el 2019. Pero después de haber leído las sustentaciones del proyecto de “Ley de Mecenazgo” y analizado su contenido, hicimos una serie de puntualizaciones a sus articulados contenidos en IX capítulos, los cuales se pueden observar en los anexos de esta tesis.

Para finalizar este punto, veamos una vez más la interrogante ¿Por qué si esta propuesta de Ley de Patrocinio Cultural es importante para el país, no se ha aprobado aún? Visto el accionar de las fundaciones y organizaciones sin fines de lucro, mantenidas por las familias más adineradas del país y la gran cantidad de empresas internacionales con intereses en la Isla, parece que le basta con las facilidades que el Estado les ofrece a través sus ministerios y el marco legal contenido en las leyes que mencionamos anteriormente en la Lista No. 1.1 (Leyes para el Desarrollo Cultural de República Dominicana). Sin embargo, es importante afirmar que una ley de patrocinio cultural es un instrumento legal que agiliza el desarrollo cultural, abriendo espacios para que los filántropos, mecenas, científicos, artistas y otros patrocinadores puedan contribuir con el bienestar de las personas y la comunidad.

## 1.5.- SÍNTESIS DEL CAPÍTULO I

El contenido de este primer capítulo se abordó en tres partes. En la primera, se realizó una breve reseña histórica sobre el Ocio. Se presentó una cronología de hechos y datos importantes, en los cuales esta actividad ha sido considerada cada vez más, como una acción que es tan valiosa como el trabajo mismo. Se resaltaron los pensadores que han dedicado su atención a lo largo de la historia, para crear formas únicas de entender el ocio y el trabajo como una relación causa y efecto que se manifiesta a través de las actividades sociales, económicas y políticas. En las segundas partes se aclararon criterios básicos sobre la educación. Se enfatizó sobre la importancia que tiene la educación para las personas, ya que les permite lograr riquezas, disfrute y satisfacción a lo largo de toda su vida. También se destaca la importancia de la educación para lograr calidad de vida para los miembros de la comunidad. Y en la tercera parte, se tocaron aspectos del patrocinio relacionados con el desarrollo cultural de las comunidades pobres que necesiten del apoyo de parte del Estado y del sector privado, para lograr mejorar su entorno.

### PRIMERA PARTE: RESEÑA SOBRE LA CLASIFICACIÓN DEL OCIO

En esta recapitulación se expuso la definición más conocida sobre el ocio, la de J. Dumazedier (1964) en la que se habla de que es un conjunto de ocupaciones a las que las personas se dedican voluntariamente, para descansar, divertirse, o para desarrollar su formación. Dentro de las teorías el ocio, resaltamos los términos más importantes creados para la explicación del fenómeno del ocio y los aportes más significativos realizados por científicos de la conducta humana y el comportamiento social de los pueblos, con la intención de entender la vinculación del mecenazgo en apoyo de las industrias del ocio en sociedad. Los conceptos que conforman este marco teórico son los siguientes: Pedagogía del Ocio, Educación del Ocio, Definición del Ocio Humanista, y el Ocio Valioso. Dentro de la clasificación se presentaron las Coordenadas del Ocio (Autotélico, Exotérica, Ausente y Nociva); se incluyeron las Dimensiones del Ocio (Lúdica, Festiva, Medio Ambiental, Creativo, Solidaria); También se mencionaron las vertientes más sobresalientes, en las que podemos obtener los beneficios del buen uso del tiempo libre a través de vivencias culturales del ocio, unidas al desarrollo de prácticas ofertadas por las Industrias Culturales y Creativas. Esas que han tomado auge y están haciendo un gran aporte económico a la sociedad, y que se identifican como las principales fuentes de lo que hoy se conoce como Economía Creativa o Economía Naranja.

**SEGUNDA PARTE: EDUCACIÓN DEL OCIO UNA NECESIDAD PARA LA SOCIEDAD CONTEMPORANEA**

En el entendido de que la educación, al igual que el ocio son dos actividades tan antiguas como la humanidad y que influyen en la crianza, cuidado y bienestar de las personas, se dejó claro que el ocio ha trasmutado a través del tiempo, igual como lo ha hecho la educación para este siglo XXI, develando la necesidad de reajustar sus propósitos en esta sociedad de cuarta revolución industrial (Cuarta Ola).

Para seguir fortaleciendo el marco teórico sobre el cual se sostiene esta tesis, se definió el objetivo básico de la educación, que es desarrollar valores y actitudes de las personas y dotarles del conocimiento y habilidades que les permitirán sentirse más seguros y obtener un mayor disfrute y satisfacción en la vida. Se resaltó que el principio de la educación es relevante para el trabajo y la economía, sobre todo, para el desarrollo del individuo como miembro que participa en la mejora de la calidad de vida de la comunidad.

Sobre la necesidad de la educación, se evidenció la necesidad de que es necesario que los organismos estatales y privados aceleren la adecuación educativa en sentido general, pues ya la humanidad se encuentra construyendo un nuevo orden mundial, que pide a las personas y las comunidades que se aglutinen para que agilicen el desarrollo de manera equitativa y global. En esa tesitura, se planteó que la educación del ocio debe ser promovida en todos los ámbitos sociales y culturales, pues, la misma es un proceso continuo de aprendizaje que incorpora el desarrollo de actitudes, valores, conocimiento, habilidades y recursos de ocio en todas sus coordenadas y dimensiones, teoría que debe ser difundida en el Caribe.

Esta Educación del Ocio se concibe de múltiples maneras y perspectivas, atendiendo a la multidisciplinariedad con que se pueden abordar los estudios de ocio, pues los hechos se pueden abordar desde disciplinas tan variadas como: derecho, economía, política, sociología, pedagogía, estética, marketing, salud y ética, entre otras, como la filosofía y estadística. Tomando en consideración que los estudios de ocio son complejos, la Asociación Mundial del Ocio y Recreación (AMOR, en inglés WLRA *World Leisure and Recreation Association*) fundada en 1952, propuso en 1993 las líneas para llevar por todo el mundo este conocimiento especializado que sustenta las razones por las cuales se enfoca la educación del ocio.

Es de gran importancia para esta investigación hacer referencia a lo planteado por pedagogos, filósofos, sociólogos y otros pensadores que hablan sobre la necesidad imperante de aprender a desaprender, para aprender cosas nuevas en este siglo XXI, las cuales nos facilitan el bienestar para ser y compartir los momentos felices. Ejemplo de esta es aprender qué y a quién se patrocina en las regiones más pobres de Latinoamérica. Por esto es importante exponer el significado de estos conceptos que facilitan la implementación del mecenazgo, la filantropía, el patrocinio cultural y la educación especializada. La comprensión de estos conceptos cuya comprensión prepara el escenario que hace evidente un marco académico que facilita la proyección del valor y los beneficios que reportan las experiencias de ocio. Esta teoría ha quedado demostrada en las últimas décadas por múltiples instituciones de negocio y educativas, al dar testimonio de las actividades de ocio que se vienen consolidando como un claro referente de desarrollo personal y social.

#### TERCERA PARTE: NECESIDADES DE PATROCINIO PARA EL DESARROLLO DE COMUNIDADES DEPRIMIDAS

La manera de vivir dictada por el consumismo cambia con más frecuencia, dejando en nosotros un registro de que el tiempo en el que se suceden las transformaciones sociales se acorta cada vez más. Lo que se aprecia de manera ilusoria, porque el tiempo, como nosotros lo entendemos, es una ilusión, es un concepto o una medida (Aristóteles s. V a. C, Albert Einstein, 1950. XX). Este factor que interviene en todo el accionar humano sobre todo en la transferencia de macro datos, manejo de información, las mejoras de la comunicación al servicio de los negocios y la necesidad de una educación y una buena difusión del arte y la cultura que vayan al ritmo de los avances tecnológicos sin que los pueblos pierdan su identidad.

Estos hechos nos refieren a un cambio de la percepción del tiempo, que trajo un nuevo paradigma que en este siglo XXI se identifica como “la Cuarta Revolución Industrial”, en el que se proyectan cambios vertiginosos que se prevén para el año 2025. Se espera que para el 2030 se puedan identificar los países que crecieron y los que se quedaron rezagados, dado que la tecnología y la ciencia permitirán que las riquezas se gestionen a distancia geográfica y de manera colaborativa a través de los multimedios de comunicación que cada día se perfeccionan y son de un mayor conocimiento cada vez en más países.

La sociedad del siglo XXI ha de fortalecer al desarrollo de espacios culturales que a su vez han de generar puestos de trabajo, eso se hace perceptible a través de indicadores culturales que se pueden apreciar desde la “Economía Creativa y/o la “Economía Naranja”,

en las que los países que tienen un patrocinio bien cuidado y una cultura sólida, podrán hacer su riqueza con el turismo, a través del cual podrán ofrecer para el disfrute del ocio, en sus diferentes coordenadas (Autotélica, Esotérica, Humanista) y dimensiones (lúdica, creativa, festiva, ambiental-ecológica y solidaria). Además de generar puestos de trabajo que mejorarán la calidad de vida, lo que redundará en un desarrollo sostenible.

En esta parte se tocaron los aspectos relacionados con la forma que tienen los responsables de dirigir los destinos de la Nación en cuanto a apoyo cultural. Desde los sectores privado y público hay quienes ven el mecenazgo, como una retranca para el desarrollo económico, otros, sin embargo, hablan de una acción mancomunada, pues el Estado es el mayor patrocinador del bienestar de la Nación. Sin embargo, no puede asumir ese reto solo, en un sistema de gobierno democrático, donde todos deben aportar para el bienestar común. Por eso se estudiaron los siguientes puntos:

**RETOS PARA EL ESTABLECIMIENTO DEL MECENAZGO EN EL PAÍS:** Lo primordial es hacer un enfoque sobre los desafíos que enfrentan los mecenas para establecer un sistema de patrocinio ideal, donde se vea como una inversión en la planificación del presupuesto y no como un gasto. Aquí la estrategia principal es encaminar las ofertas culturales y las partidas para cubrir la comunicación (Relaciones Públicas, Publicidad, Marketing), vinculándola con la Economía Creativa, lo que ayudará a fortalecer sus patrocinios con las opciones de Ocio Valioso para que los resultados del apoyo sean más rentables.

Otro de los puntos tratados, fue la relación “gobernador y gobernados” entre las empresas de negocios, sus ONG, sus instituciones de promoción cultural con la clase adinerada, la clase media y el pueblo común, quienes en su diario vivir “practican el juego de la democracia”. En esta interacción es donde entra la Cooperación Internacional Pro-Desarrollo (CID) para constituirse en uno de los instrumentos fundamentales del Estado, para trabajar directamente la promoción y el ejercicio de los derechos humanos, siempre vistos desde el “Entorno Basado en Derechos Humanos (EBDH)” (de Bringas, 2014), fortaleciéndose a través de la relación simbiótica y triangular entre el Estado, la Sociedad Civil y la CID.

**ROL DEL ESTADO EN EL PATROCINIO CULTURAL:** Lo expuesto anteriormente es reiterado por la sociedad civil y personas relacionadas con la Administración Pública. Según Corral Jurado, (2013) lo reafirma al decir que: El Estado es el único responsable de garantizar y procurar ese derecho a la cultura, y en esa tarea es insustituible, sin posibilidad de renuncia

a su papel fundamental para regular los desequilibrios del mercado. Lo que de alguna manera establece la necesidad de que esta actividad sea regulada por el Estado con leyes específicas, fruto del consenso con instituciones del sector privado (productores de puestos de trabajo, instituciones educativas y las ONG), las cuales siempre serán las que ejecutarán las acciones reales de mecenazgo y filantropía cultural, pues el Estado tiene otras funciones, que se tiene que encaminar para mantener viva la cultura a través el llamado patrocinio Estatal.

**ROL DEL SECTOR PRIVADO EN EL PATROCINO CULTURAL:** La unión entre Estado y sector privado es un binomio que funciona mejor unido y bajo reglas claras, pues una labor realizada entre dos entidades que tienen las mismas necesidades siempre será más beneficiosa si se la realizan conjuntamente. Este es el caso del patrocinio cultural, pues el Estado no puede asumirlo del todo por razones de presupuesto. Es aquí en donde la participación público-privada es promovida de manera estratégica con estímulos e incentivos para que la empresa privada sea más efectiva en desarrollar actividades culturales. Es así como muchos países, conscientes de la insuficiencia de los recursos públicos, promueven leyes de apoyo cultural con el fin de que exista una mayor participación del capital privado. (Muñoz de Gaviria, 2012). También promueven acuerdos bilaterales con organismos nacionales e internacionales (ONU, UNESCO, OIE, BID, BMD, CEPAL...) para el desarrollo de sus pobladores. Estas labores siempre deben ser hechas con instituciones locales que promueven acciones complementarias al mecenazgo, nunca sustituyendo la parte de financiación pública.

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE):** Conocida también como Responsabilidad Social Corporativa (RSC): Es una actividad que las empresas privadas tienen dentro de sus políticas, tipificada como patrocinio comprometido. Su función principal es la de ayudar a alcanzar los objetivos de justicia social y prosperidad económica, procurando solo ser un mediador para lograr el bienestar a la mayor cantidad de personas posibles, más allá de las corporaciones y sus accionistas (Bowen, 1953). Esta actividad ha tomado preponderancia en los últimos sesenta años, implementándola como parte de las Relaciones Públicas o del Marketing Social Corporativo (MSC). Este último concepto se motorizó a partir de la vinculación de las empresas para resolver algún problema que aquejan a la comunidad, condicionando esa ayuda a que siempre aparezca visible la marca comercial de alguno de sus productos o proyectando la imagen corporativa de la institución que ayuda. Esta práctica se entiende también como un endorser, que se refiere a la acción

de dar aprobación a algo, respaldar a alguien, como a un candidato o una persona jurídica o a un evento cultural en la comunidad, también se define como un espaldarazo desde el punto de vista mercadológico y publicitario en el ámbito de lo comercial, o lo social (RAE,2017). En este capítulo se resaltó, que “Endorse” es un enfoque de marketing dirigido no tanto al lucro monetario, sino más bien para apoyar acciones que benefician directamente a una comunidad y que deja un efecto de fidelización de marca. Otras estructuras desde donde se trabaja para el bienestar de las personas y la comunidad son las asociaciones sin fines de lucro y las organizaciones no gubernamentales. Desde estas fundaciones se canalizan acciones de caridad, ayuda social, apoyan actividades filantrópicas y de mecenazgo.

**TRABAJO MANCOMUNADO PARA PROMOVER PATROCINIO CULTURAL:** Vista la función del patrocinio cultural en la gobernanza de un pueblo, se debe tener presente que su funcionamiento siempre se desenvuelve dentro de una realidad dialéctica que se desarrolla en momentos de crisis sociales e incertidumbre económica, en donde el sector público no siempre puede financiar proyectos de carácter social y cultural como lo amerita las necesidades de la población. Es aquí en donde la alternativa a la falta de recursos de las instituciones públicas da apertura para que surja y se fortalezca el patrocinio privado.

Una idea que debe quedar clara en este resumen de capítulo es que tanto el patrocinio público como el privado deben garantizar la diversidad y la pluralidad de la oferta cultural, siempre bajo un régimen de derechos, sobre el cual se establezca una relación bilateral en donde las instituciones nacionales e internacionales colaboren en este accionar. Dentro de estas se pueden citar: la Organización de las Naciones Unidas para la Educación y la Cultura (UNESCO), el Banco Internacional de Desarrollo (BID), el Banco Mundial de Desarrollo (BM), la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), entre otras organizaciones que promueven que los países trabajen de manera coordinada con planes a corto, mediano y largo plazo en el patrocinio de temas como: Diversidad Cultural, Patrimonio Mundial, Patrimonio Inmaterial, Patrimonio Subacuático, Patrimonio Mueble y Museos, Diálogo y Seguimiento, Acción Normativa, Situaciones de Emergencia y Creatividad en diferentes áreas de la Industrias Culturales y Creativas (ICC) o la Industrias del Ocio y el Bienestar. “...es fundamental que el Estado asuma un compromiso más importante con el mundo de la cultura (...)” (Marchesi, Á. 2012).

**ENCUESTAS DE HÁBITOS DE CONSUMO DE CULTURA EN LATINOAMÉRICA:** Un dato importante para conocer las zonas objeto de estudio que en nuestro caso es un barrio

deprimido de la “Primera ciudad fundada por los europeos en América”, lo fue la medición del consumo de cultura que hizo en Latinoamérica y en Caribe la Organización de Estados Iberoamericanos para Educación la Ciencia y la Cultura, (OEI, 2013). Los datos de esta medición han ayudado a las personas y las empresas a orientarse sobre cómo han de integrarse las industrias del ocio en la sociedad, sin olvidar que el nivel de desarrollo económico y social de la región, como el grado de disfrute de los bienes culturales se encuentra muy condicionado por las variables de educación, edad y nivel socioeconómico, las cuales pueden ser modificadas a través de políticas públicas que faciliten al mayor número de personas el acceso a los bienes culturales.

Los datos de la encuesta de hábitos de consumo cultural son tomados por las instituciones que tienen dentro de sus estrategias el trabajo colaborativo en conjunto con el Estado, para procurar ser más innovadores en la línea que plantean las recientes investigaciones y disposiciones legales emitidas desde el Gobierno central, para que la sociedad siga fortaleciendo una conciencia colectiva, capaz de aunar esfuerzos que ayuden a aumentar el patrocinio cultural.

**NECESIDAD E IMPORTANCIA DE LA LEY DE PATROCINIO CULTURAL:** En este estudio se pudo apreciar que muchos gobiernos de la región tienen en un segundo plano el apoyo para el desarrollo del mecenazgo o de la filantropía. Se comprobó que la decisión final de la ley está rezagada, dejando a las empresas privadas una responsabilidad que debe ser compartida. Esta dilación hace que dichas instituciones limiten las ayudas financieras y den prioridad a los proyectos, siempre que no entren en contradicciones con la responsabilidad fiscal de las empresas. Esta es una de las razones por la cual las empresas de grandes capitales tienen fundaciones sin fines de lucro, a través de las cuales cumplen con la responsabilidad social que tienen con las comunidades donde están establecidas. Ante esta perspectiva es entendible que solo prosperan aquellas naciones que tengan un marco legal sobre las exenciones fiscales y que sea aplicable para todos los ciudadanos. Es la razón primordial para que se creen y aprueben leyes que promuevan el desarrollo cultural, especialmente en aquellas regiones que tengan el potencial para contribuir de manera significativa al desarrollo económico. Por lo que el fomento de las Industrias Culturales y Creativas debe ser una tarea fundamental en la que se requiere un papel más activo de los Estados, para generar las condiciones contextuales y políticas de estímulo y regulación tendente a producir bienes y servicios culturales (UNESCO 2014), eso solo se logra aprobando leyes como la de mecenazgo cultural o patrocinio cultural.

**IDEAS PRINCIPALES VINCULADAS CON EL OBJETIVO I**

Las conclusiones de este primer capítulo develan acciones que debemos tomar en cuenta en suelo dominicano, para que sus pobladores comprendan cuán beneficiosas son las buenas prácticas de ocio. Veamos los siguientes puntos:

1. La educación del ocio debe adaptarse a las necesidades y demandas locales de países y regiones concretos, teniendo en consideración los distintos sistemas sociales, culturales y económicos.
2. La educación del ocio es un proceso continuo de aprendizaje que incorpora el desarrollo de actitudes, valores, conocimientos, habilidades y recursos de ocio.
3. Los sistemas de educación formal e informal cuentan con una posición privilegiada para implantar la educación del ocio, alentar y facilitar la participación de las personas en este proceso.
4. La educación del ocio ha sido reconocida como parte del campo de la educación, pero no ha sido puesta en práctica ampliamente.
5. La educación del ocio ha sido percibida como una parte importante del proceso de socialización, en el cual distintos agentes juegan un papel importante. Esta Carta, se centra en la escuela, la comunidad y la formación de personal (WLRA, 1993: punto 4.2 al 4.6).
6. La educación del ocio para este siglo XXI requiere nuevas e innovadoras estructuras interdisciplinarias para el abastecimiento de servicios y productos de ocio.
7. Los profesionales que laboran en las Industrias de ocio, las Industrias Culturales y Creativas de hoy, necesitan desarrollar currículos y modelos de formación adecuados a las necesidades del futuro y la preparación de los profesionales del mañana que buscan ser innovadores. De ahí la importancia de la aprobación de la Ley de mecenazgo y patrocinio cultural para el país

Visto la síntesis del capítulo, donde se expusieron las teorías del ocio y cómo estas afectan a las sociedades y los siete (7) puntos sobre la educación del ocio, se puede constatar que se ha alcanzado lo que nos propusimos en el objetivo específico I.- Detallar los aspectos referenciales de ocio valioso relacionados con el desarrollo personal y comunal. Como hallazgo al margen encontramos la primera manifestación en defensa de una práctica de ocio reparador (Fr. A. de Montesinos 1511, protege a los nativos del mal trato esclavizante).



**CAPÍTULO II**  
**CATEGORIZACIÓN DEL MECENAZGO CULTURAL**  
**Y SU FUNCIÓN EN EL DESARROLLO DE**  
**LAS PERSONAS Y LA COMUNIDAD**



**VISTA AÉREA DE LA CIUDAD COLONIAL DE SANTO DOMINGO DE GUZMÁN.**

Se aprecia en primer plano la Basílica Catedral de Santa María de la Encarnación. Luego las edificaciones de la calle Isabel la Católica, detrás la Torre del Homenaje, y al fondo un buque atracando en el puerto turístico Sans Souci en el río Ozama.

FOTOGRAFÍA NO. 2.0.

## ❖ PREÁMBULO

En este segundo capítulo se tocan conceptos como mecenazgo, filantropía y caridad, tres términos que se refieren a apoyo para el desarrollo de la humanidad cuyo significado tiende a confundir a quienes reciben los beneficios de estos tipos de ayuda, las cuales han evolucionado hasta nuestros días aun sin ser conocidos ampliamente sus orígenes y vinculación con las Industrias Culturales y Creativas (ICC), sobre todo la relación que tiene estos conceptos con el ocio. Es importante que se planteen las diferencias más notables de la caridad, la filantropía, el mecenazgo y el ocio, cuatro (4) términos que en Latinoamérica no se entienden en su verdadera dimensión, aun cuando son ejercidos por muchas personas, sin conocer los beneficios que se desprenden al practicarlos, en mayor o menor medida a través de las ICC.

El método de abordaje de esta parte de la investigación se realizó a través de un sondeo exploratorio en fuentes documentales bibliográficas en las que se encontraron informaciones provenientes de poblaciones desarrolladas y en vías de desarrollo, cuyos datos e informaciones permitieron analizar y llegar a una síntesis sobre la relación felicidad y bienestar a través de prácticas de descanso y recreación. Lo que arrojó luz sobre las funciones e influencias del mecenazgo en el desarrollo de proyectos de ocio en suelo nacional, aclarando también que estos proyectos tienden a crecer gracias a las ICC en el país, muchas apadrinadas por fundaciones sin fines de lucro y por recursos directos del Estado dominicano y fondos provenientes de las Organizaciones No Gubernamental.

Dentro de los hallazgos más trascendentes, se encontraron aspectos relacionados con las



teorías del mecenazgo, los cuales se estudian sin entrar en una profundización histórica en donde se puede apreciar cómo el concepto ha cambiado a través del tiempo. En este rastreo bibliográfico se encontró que la actividad que hoy conocemos como mecenazgo no se identificaba con ese nombre hace unos siglos atrás. También se determinó que durante este tiempo han aparecido otros conceptos de ayuda al prójimo, que permiten elaborar una propuesta de clasificación sobre el concepto de patrocinio cultural. Otro de los hallazgos

importantes, lo constituyen los datos que permiten señalar el papel del Estado al ofrecer un marco legal, que apoya el desarrollo de las ICC, desde donde se crean variadas ofertas de ocio, para procurar el bienestar y la felicidad de las personas. Una realidad que se ha estado midiendo en los últimos cinco años, en donde se puede ver una vinculación directa del ocio y el patrocinio cultural en este siglo XXI.

Las conclusiones de este capítulo dos revelan labores que deben ser tomadas para promover acciones puntuales tales como: Divulgar la necesidad y beneficios de las prácticas del ocio, así como proponer a las instituciones educativas que se tome en cuenta las prácticas del ocio en los programas de asignaturas que se imparten a los distintos niveles. Por último, se exponen algunas ideas sobre el consumo cultural, para que se comprendan las teorías y beneficios del patrocinio cultural, a fin de que las instituciones públicas y privadas desplieguen sus políticas en pro del desarrollo para las personas y la comunidad.

FOTOGRAFÍA No. 2.1.  
*Paisaje de una calle típica  
de la Ciudad Colonial de Santo Domingo, RD.*



## 2.1.- CATEGORIZACIÓN DE LA RELACIÓN MECENAZGO, PATROCINIO Y OCIO

Toda teoría se sustenta en una práctica, y viceversa, lo que se demuestra dialécticamente en cada hecho humano, de los que sobran ejemplos a través de los tiempos. Así pues, si tomamos la actividad de los mecenas como un acto que parte del deseo de tener y ser; de dar y sentir, pero ¿sentir qué?, un placer o un gozo, ¿en ver a los demás ser felices? Lo que nos lleva a una praxis<sup>47</sup> o un cambio de conducta humana que nos hace entender la actividad de los mecenas como una práctica que se relaciona con el ocio humanista. Es aquí en donde un grupo de representantes de empresas públicas y privadas de República Dominicana entendieron que, existe una estrecha interconexión productiva del fenómeno del ocio con el mecenazgo y el bienestar social que culmina en la felicidad, según se pudo deducir en un encuentro de especialistas en cultura de diferentes países, cuya finalidad fue la de fomentar una comprensión integral del concepto de la responsabilidad social empresarial en el ámbito de la cultura, para incentivar el desarrollo de prácticas que han de mejorar la competitividad de las empresas y su incidencia en el desarrollo cultural del país.<sup>48</sup> La cercana interconexión del fenómeno del ocio con el mecenazgo y la felicidad podría parecer una vinculación forzada que no tiene asidero científico, pero lo cierto es que, ésta surge fruto de acciones políticas y sociales que se reflejan en las personas, dejando efectos medibles a partir de las responsabilidades de las empresas que apoyan la cultura, que según mediciones oficiales es de 4% del Producto Interno Bruto (PIB). (MICUL, 2017).

<sup>47</sup> EL TÉRMINO «PRAXIS» es utilizado aquí por oposición al término «conducta». La conducta es un concepto etológico o psicológico; la praxis es un concepto antropológico (*la praxis presupone la conducta, y aun vuelve a ser una nueva forma de conducta cuando, por ejemplo, se automatiza como rutina*). Hablamos de la conducta (no de la praxis) de la araña tejiendo su tela, pero hablamos de la praxis de los trabajadores en un telar. La determinación de la frontera entre conducta y praxis debe ser discutida en cada caso. En general suponemos que la praxis es el resultado de *anamorfosis* de conductas previas, lo que implica que será preciso contar con configuraciones culturales, sociales e históricas muy complejas en cuyo ámbito puedan refundirse determinadas conductas de homínidos, incluso de hombres primitivos, para dar lugar a la forma de la praxis. La idea de praxis, entendida de este modo, se corresponde muy de cerca con el significado en español, de la expresión *hacer humano* –en la medida en que ese hacer ha incorporado tanto el *agere* latino (que corresponde a la praxis de Aristóteles, que, según él, estaría moderada por la *frenesis*, prudencia) como el *facere* latino (que corresponde a la *poiesis* aristotélica, moderada por la *techné*, ars)., [Diccionario filosófico](#).

<sup>48</sup> «RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) EN LA CULTURA fue un evento realizado en Santo Domingo por el Ministerio de Cultura y la Agencia de Cooperación Española, quienes ofrecieron el seminario-taller, del 12 al 15 de septiembre de 2017, en la Biblioteca Pedro Henríquez Ureña de la Plaza de la Cultura Juan Pablo Duarte, cuyo objetivo general fue contribuir a consolidar en las empresas e instituciones dominicanas, las políticas de responsabilidad social empresarial en el ámbito de la cultura. Los panelistas Cristian Antoine, Víctor Guédez y Lluís Bonet integraron un panel de expertos, donde trataron temas relacionados con la RSE. El acto inaugural fue encabezado por el viceministro de Cultura, Carlos Santos, quien representó al ministro Pedro Vergés; el embajador de España en República Dominicana, Alejandro Abellán García de Diego y Cristian Antoine, quien tuvo a cargo la conferencia inaugural del seminario. El viceministro de Cultura Carlos Santos, al dirigirse a los presentes destacó que en la gestión que encabeza Pedro Vergés en el Ministerio de Cultura hace énfasis en lograr una relación entre el sector público y privado para alcanzar un efectivo apoyo al desarrollo cultural del país. Durante los cuatro días que duró el evento, fuimos testigos de este importante paso para el desarrollo cultural, vinculado con el patrocinio de la cultura en el país.

<http://cultura.gob.do/celebraran-seminario-sobre-responsabilidad-social-empresarial-en-la-cultura/>

### 2.1.1.- Origen de la práctica del Mecenazgo

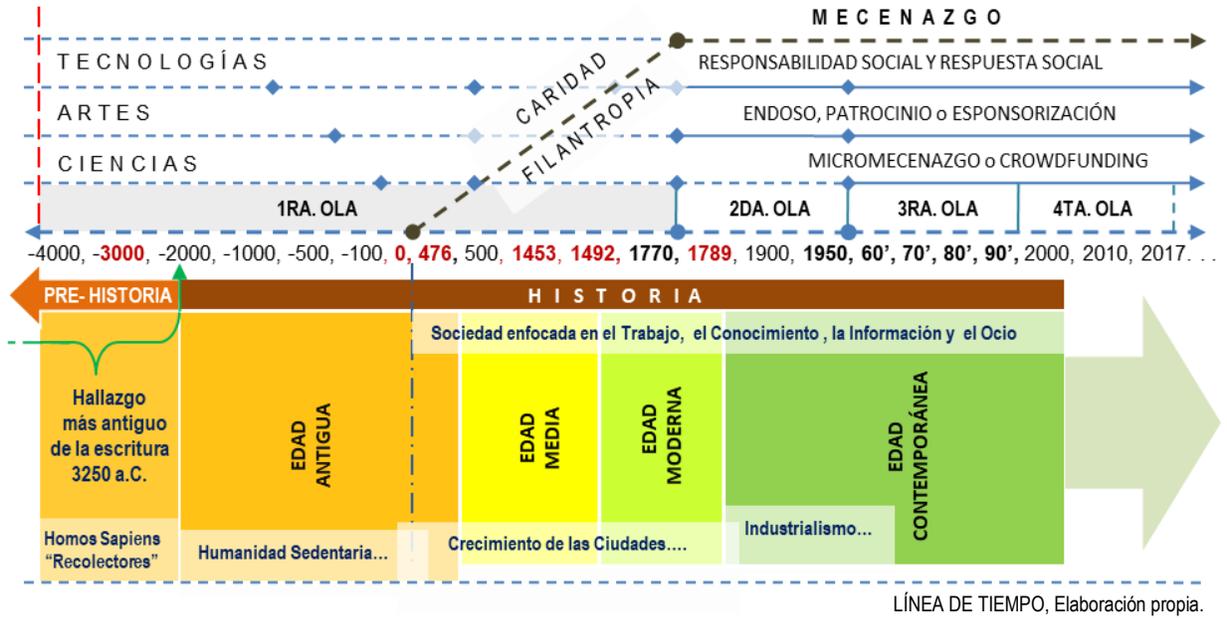
Para asegurarnos de que sea fácil la comprensión de este tema, nos auxiliaremos de algunos gráficos para facilitar la explicación del origen de esta actividad humanística, que generalmente se entiende como la práctica de quererse uno mismo a través de dar a los demás algo de lo que poseemos, en procura de tener una satisfacción, como se aprecia en muchos textos religiosos, filosóficos y sociológicos. Esta acción cultural tiene su origen justamente con la humanidad misma, en la medida que esta fue creciendo entrelazada con el desarrollo de las artes, las tecnologías, y las ciencias, cuyos manejos administrativos de esta triada de conocimientos ha transformado la sociedad hasta hoy. Estos tres conceptos se han ido interrelacionado a través de los siglos, permeando toda actividad humana, de modo que la acción de ser, hacer, vivir y convivir es imposible que no estén conectadas con las artes, las tecnologías y las ciencias, (Ver Infografía No. 2.1). Así lo afirman importantes instituciones educativas y culturales.



INFOGRAFÍA No. 2.1 SAPIENCIAS

Los cambios radicales provocados por la tercera revolución industrial “la de las nuevas tecnologías” han creado de hecho una nueva dinámica, porque desde mediados del siglo XX, la formación de las personas y los grupos, así como los adelantos científicos y técnicos y las expresiones culturales, están en constante evolución, sobre todo, hacia una interdependencia cada vez mayor. (UNESCO, 2005, p.5).

De manera que: “la civilización siempre está emergiendo en nuestras vidas y hombres ciegos están intentando en todas partes sofocarla. Esta nueva civilización trae consigo nuevos estilos familiares; formas distintas de trabajar, amar y vivir; una nueva economía; nuevos conflictos políticos; y, más allá de todo esto, una conciencia modificada también”. (Toffler 1980, p.4), en donde el tiempo libre es una constante en el diario vivir de las sociedades desarrolladas, las que están en vías de desarrollo y las subdesarrolladas que reciben ayuda de organismos nacionales e internacionales. Dicho de otra manera, las que reciben patrocinio económico u otros tipos de aportes que influye en el desarrollo cultural. Realidad que viene sucediendo a lo largo de la historia de la humanidad, en donde se pueden ubicar actividades de patrocinio, que han recibido variados nombres, atendiendo a sus características y procedencia desde los grupos hegemónicos de poder políticos, económicos, militares y religiosos, quienes conjugan los hechos de donar, apoyar, gobernar y administrar con los de ser y hacer para los demás.



MAPA CONCEPTUAL NO. 2.1. CONCEPTOS RELACIONADOS CON LA ACTIVIDAD DE PATROCINIO

**I.- Búsqueda de la definición de patrocinio cultural**

Todas las empresas tienen gerentes responsables de crear un valor agregado en procura del crecimiento del conocimiento, para que este beneficie a la gente y las mueva a nuevas zonas de confort. Y es que las personas en las organizaciones por lo general se apegan a lo obsoleto, a las cosas que funcionaron y que ya no son tan productivas, o no lo son totalmente (Druker, 2004). Este es el punto en donde las empresas deben de crecer tomando en cuenta a las personas dentro de sus procesos de planeación y ejecución. “La frase hueca y demagógica de que la gente es el activo más importante de la empresa, cobra vida real cuando se invierte tiempo y recurso económico en ellas” (Amparano, 2005, p.678). Es por lo que, a lo largo de los últimos quinientos años, se han fortalecido y gestado conceptos como: caridad, filantropía, mecenazgo, patrocinio, promoción, esponsorización, endosar, micromecenazgo, responsabilidad empresarial y respuesta social, los cuales están relacionados con las industrias del ocio. Estas concepciones se han ido conformando en la medida que el desarrollo social, político y económico lo han determinado, al ampliar las teorías que sostienen las prácticas de consumo cultura, las cuales se dan de las manos de la actividad particular que tienen no muchas personas o instituciones con poder económico para realizar el deseo de apoyar el desarrollo científico, tecnológico y cultural, al proteger a investigadores y artistas, adquiriendo o promoviendo sus obras, inventos o dando a conocer sus ideas innovadoras, siempre procurando una satisfacción para sí mismos y para la colectividad.

### A) CARIDAD, FILANTROPÍA Y MECENAZGO

Muchos historiadores coinciden en que el acto de darse a los demás sin ningún interés o donar dinero o algo, tiene un origen más allá de su aparición y registro en el antiguo Imperio romano. Los antiguos cristianos ya usaban la palabra caridad<sup>49</sup>, se refería al dicho popular “haz el bien y no mires a quién”, por aquello de que ayudar al prójimo es similar a amar a Dios, que es amarnos a nosotros mismos. Como es referido y difundido a través de antiguos tratados religiosos (Corán, Tajna y la Biblia Cristiana), en los cuales se promueven la solidaridad y la fraternidad, dos conceptos que al practicarse hacen tomar conciencia social sobre el valor que tienen nuestros semejantes para nuestra existencia.

Otro concepto que ha trascendido desde el Imperio romano hasta nuestros días es el mecenazgo es una actividad que se define como, la protección a artistas, científicos, investigadores y activistas sociales, para que desarrollen sus trabajos. Este tipo de respaldo es realizado por el Mecenazgo, nombre que se le debe a *Gaius Cilnius Maecenas*<sup>50</sup> su primer y más destacado practicante en la Roma antigua, siglo I a.C. La acción que representa este concepto es “semi-desinteresada”, pues no pide ningún beneficio o compensación económica de quien ofrece la ayuda. El único interés de las personas o fundaciones involucradas en este acto humano es recibir el producto de sus trabajos científicos o artísticos para sí o para la sociedad, en procura de placer estético, moral o intelectual, o la satisfacción de la vanidad de quien ha aportado algún recurso económico; además de un ejercicio de relaciones públicas que fortalece su posición social y mejora su reputación, con miras a posicionarse ante la sociedad como una persona caritativa, solidaria y fraterna al patrocinar el desarrollo humano.

<sup>49</sup> **CARIDAD:** 1.- Sentimiento o actitud que impulsa a interesarse por las demás personas y a querer ayudarlas, especialmente a las más necesitadas. 2.- Virtud teológica del cristianismo que consiste en amar a Dios sobre todas las cosas y al prójimo como a uno mismo. “la fe, la esperanza y la caridad son las tres virtudes teológicas”, “La caridad se sostiene por la desigualdad: darle algo (que yo tengo) al que «no tiene» o no puede tener”. (Oxford, 2017) Caridad = individualismo (somos «lo que poseemos» y, porque es nuestro y nos «sobra», podemos «darlo») Igualdad = fraternidad (de «fratria» o patria de los iguales) ... Abomino de la caridad... porque es la «tranquilidad de conciencia» de los cómplices que ejercen una «ética» sin responsabilidades... ¿Cuál es la etimología de Caridad, el origen de dicha palabra? A mediados del siglo XII se usaba el término, en el antiguo francés, charité, que significaba misericordia, compasión; era una palabra derivada del latín caritatem (nominativo de caritas): estima, afecto. En la Vulgata se usaba como sinónimo la traducción del griego ágape, “amor”, “amor incondicional por los demás”, para homologarlo al amor cristiano hacia el prójimo. También se usaba como referencia “carus”, querido, valorado; así mismo dilectio, sustantivo de acción proveniente de diligere (deber de amar). Es a partir de 1690 que se emplea Caridad como palabra para referirse a Instituciones de beneficencia, sobre todo en idioma inglés.

**SOLIDARIDAD:** 1.- Adhesión o apoyo incondicional a causas o intereses ajenos, especialmente en situaciones comprometidas o difíciles. Este concepto supone una relación entre iguales: compartir algo que tengo (aunque circunstancialmente sea poco) y que «debería» ser de todos, ya que todos somos iguales... principio que se relaciona con el comunismo y el socialismo. (Oxford, 2017). <https://es.oxforddictionaries.com/definicion/caridad>

<sup>50</sup> **Cayo Cilnio Mecenazgo** (en latín Gaius Cilnius Maecenas) (circa 70-8 a. C.), noble romano de origen etrusco, confidente y consejero político de Cayo Octavio Turino, más adelante conocido como César Augusto.

El mecenazgo ha evolucionado y hoy se percibe de distintas maneras a la clásica, pues con el crecimiento de la era de la información y la comunicación a través de la red de internet se ha facilitado una dinámica para que se desarrollen una especie de nuevos mecenas. En este espacio tecnológico se hace circular los fondos económicos que dan cabida a esta manera de crear desarrollo humano. A través de esta reconversión de buenas maneras sociales, se cumple con lo que plantea Pablo Belly (2004), no se debe hacer circular el dinero, lo que se debe hacer circular en las naciones, es el conocimiento, porque es el conocimiento el que genera dinero<sup>51</sup>, axiomas que muchos dueños de grandes capitales tienen por entendido y los practican. Ser patrocinador activo, en el plano nacional e internacional permite construir una imagen de mecenas o de filántropo, términos con el que se designa de manera general a todo el que ama a las personas y a la naturaleza desde su óptica personal y quiere donar algo de lo que la vida le ha dado.

El concepto de filántropo se le debe al apostata *Flavius Claudius Iulianus*, (*Juliano II*)<sup>52</sup> quien fuera emperador en la antigua Roma los últimos tres años de su vida en el siglo IV d.C., se propuso restaurar el paganismo, arrebatando los avances teológicos de la Iglesia Católica. Institución que cada vez tomaba más fuerzas y presencia social al influenciar con su doctrina para ganar nuevos feligreses. *Juliano II* implementó dentro de su política, unos criterios religiosos que denominó con el término *philanthropia* para suplir y opacar al cristiano con su “caridad”, un concepto que junto a “la fe y la esperanza” son las tres virtudes teologales en las que se sostiene al cristianismo, la nueva religión que rivalizaba con el paganismo, que era la religión imperante en la Roma antigua.

El vocablo “*philanthropia*” surge de dos palabras griegas cuyos significados fueron tomando importancia al representar lo mejor de la naturaleza humana, el amor a la creación divina. Un concepto que se relaciona filosóficamente con pensamientos metafísicos, sistemas éticos y religiosos que tomó fuerza con los pensadores de la Ilustración o la Era de la Razón (siglos XVII y XVIII), la cual surgió debido a la decadencia del poder de la Iglesia a causa de la “Reforma Protestante”, es decir por debilitamiento de la fe, la esperanza y la caridad.

---

<sup>51</sup> **Pablo Luis Belly** (Buenos Aires, Argentina, 1977) es psicólogo, escritor, director académico y conferenciante argentino. Es conocida su definición de Gestión del Conocimiento: “La Gestión del Conocimiento se trata de que cada uno en la empresa sepa lo que el otro conoce con el objeto de mejorar los resultados del negocio” <http://www.bellykm.com/About-Us/Pablo-L-Belly.html>

<sup>52</sup> **Flavio Claudio Juliano** (331/332 - 26 de junio de 363 d.C.), Emperador del Imperio romano desde 361 hasta su muerte. Flavio Claudio Juliano (en latín: Flavius Claudius Iulianus, nació en Constantinopla, 331 o 332 – Maranga y murió el 26 de junio de 363, fue conocido como Juliano II o, como, «*el Apóstata*» por haber abandonado su religión para seguir otra.

Esta extenuación provocó la división del mundo cristiano y afectó también a los movimientos “político-socio-filosóficos” que centraron al hombre como el objeto de las preocupaciones terrenales, quitando a la religión ese privilegio y desechando el teocentrismo. Un hecho que abrió las posibilidades para que se fortaleciera el mecenazgo, la filantropía y posteriormente otras formas de ayudar al prójimo. Surge así un nuevo fortalecimiento del humanismo en Francia, Inglaterra y Alemania, expandiéndose a toda Europa y América desde mediados del siglo XVII hasta los primeros años del siglo XIX. Este fue un período de iluminación del pensamiento, fue denominado así por su declarada finalidad de disipar las tinieblas que impedían el desarrollo de la humanidad. Por este motivo, el siglo XVIII es identificado como el Siglo de las Luces (Sesboüé, B; Theobald, C, 1997) y del asentamiento de la fe en el progreso, momento culmine donde se iluminó el propósito de ponderar la confianza en el progreso sustentado en una apertura para el crecimiento del juicio en momentos de crisis. Los pensadores de la Ilustración consideraban que la ampliación del conocimiento humano debía combatir la ignorancia, la superstición y la tiranía de las monarquías que prevalecían en aquellos tiempos para construir un mundo mejor (Zuazo, 2017).

Estas opiniones contribuyeron de manera sociopolítica para que las personas se convencieran de que las desigualdades de la sociedad se podían enfrentar o eliminar parcialmente a partir de convertirse en mecenas o en filántropos. Idea que contrastó con el pensamiento de los comunistas que siguen las reflexiones de Karl Marx<sup>53</sup>, quienes se refieren de manera indirecta a la filantropía, como una herramienta de dominación de la clase adinerada o burguesa. Sostenían que los “ricos y poderosos” dan con una mano lo que quitan con la otra a la clase desposeída, lo que se ve a través de la explotación laboral, la represión antisindical, las prácticas monopolísticas, el manejo de los medios de producción y el control del tiempo libre para el descanso de los asalariados, de la clase pobre, o clase media (Strathren, 2001).

---

<sup>53</sup> **Karl Heinrich Marx** (1818-1883), filósofo, intelectual e ideólogo del socialismo que luchó durante toda su vida para su implementación, y fue hasta después de su muerte que su ideología (Marxismo) comenzó a influenciar a la sociedad. Para sustentar lo que se ha dicho en esta página, presento las siguientes frases extraídas de sus escritos:

- *El poder político es simplemente el poder organizado de una clase para oprimir a otra.*
- *Las ideas dominantes de una época siempre fueron sólo las ideas de una clase dominante.*
- *El ejecutivo del Estado moderno no es otra cosa que un comité de administración de los negocios de la burguesía*
- *El obrero tiene más necesidad de respeto que de pan.*
- *El progreso social puede ser medido por la posición social del sexo femenino.*

Esta selección de sus citas más célebres fueron extraídas de varios de sus escritos por Marilú Hernández (2007).  
<https://www.euroresidentes.com/entretenimiento/frases-citas-imagenes/citas-celebres-de-karl-marx>

La filantropía<sup>54</sup> es un término que rivaliza hasta nuestros días con el concepto de mecenazgo, al ser asimilado por la cultura universal como un hecho de cuidado a la naturaleza humana, el amor a la creación divina y al cosmos. Esta forma de lograr bienestar es un concepto que se relaciona filosóficamente con pensamientos metafísicos, sistemas éticos y religiosos, que tomó fuerza en plena Era del Industrialismo.

El "amor a la humanidad" en la ilustración del siglo XVII al XVIII fue como un rescate del ideal educativo en la Grecia antigua, cuyo objetivo era la excelencia (*areté*)<sup>55</sup>, el autodesarrollo máximo de cuerpo, mente y espíritu, que es la esencia de la educación libre. Una educación que puede ser gestada en los momentos de ocio, esos que nos permiten obtener un estado de buenos hábitos derivados del amor a la humanidad, un ideal educativo, una asociación con la libertad y la democracia como los sostenía Platón, quien es la figura central de los tres grandes pensadores en que se asienta toda la tradición filosófica europea. (Cospleston, 1994). Y sobre los criterios políticos y sociales en los que se sustenta el "Estado Patrocinador"<sup>56</sup> del bienestar de la población, de la creación de un régimen de derechos que protege el desarrollo del trabajo, el arte, la cultura y las garantías para el desarrollo humano.

Un concepto que se ha afianzado en la democracia contemporánea, a través de haber pasado por muchos cambios revolucionarios y de modelos de apoyo privados como el de los mecenas, que ha ido trasmutando a través de la historia. La idea de que el Estado debe fungir como mecenas cultural aparece, en el siglo XVIII, cuando se permiten loterías y otro tipo de concesiones que financien las escuelas de artes, los teatros, los espacios públicos, como parques y sitios de recreo; ofrece concepciones para el desarrollo de la cultura (las industrias del turismo y del ocio) y acepta las donaciones de países o instituciones internacionales que apoyan el desarrollo cultural (Blanco, 2000).

<sup>54</sup> **Etimología de la palabra Filantropía**, se deriva del griego φίλος (philos o filios) y άνθρωπος (anthropos), que se traducen como "amor" (o "amante de", "amigo de") y "hombre", respectivamente, por lo que filantropía significa "amor a la humanidad". Su antónimo es MISANTROPÍA. La misantropía (del griego μίσω (miso): «yo odio», y άνθρωπος (anthropos): "hombre, ser humano") es una actitud social y psicológica caracterizada por la aversión general hacia el género humano, (RAE:2015). Y definiciones en línea: <https://www.definicionabc.com/historia/mecenas.php>

<sup>55</sup> **Significado de Areté**: Es equivalente a Virtud. "Palabra griega empleada por Sócrates y Platón para referirse a la máxima posibilidad de desarrollo de las capacidades, conocimientos y potencialidades intelectuales y morales de una persona (Cospleston, 1994). Más información en Glosario en línea (2017) <https://glosarios.servidor-alicante.com/filosofia/arete>

<sup>56</sup> **ACLARACIÓN: "ESTADO MECENAS"** es un concepto en construcción que tiene su origen en los Diálogos de Platón, donde se narra la estructura del Estado ideal, pero es Maquiavelo quien introdujo la palabra Estado en su célebre obra El Príncipe: usando el término de la lengua italiana «Stato», evolucionó de la palabra «Status» del idioma latín. El concepto Estado se fortalece en el XVIII. El concepto "patrocinador o ayudador" (*Sponsor*), se le adhiera más adelante, Estado Patrocinados ha sido usado innumerables veces por varios autores políticos y periodistas en sus escritos.

Con relación al mecenazgo, según científicos sociales, el origen de la actividad de “dar sin esperar nada a cambio” está enraizada en la íntima convicción de aquellos primeros humanos que eran consciente del sentimiento o de la actitud que los impulsa a interesarse por querer ayudar a sus semejantes, sobre todo a los más desvalidos. Ese punto de partida es situado en el Siglo I d.C., cuando comenzó a crecer la práctica de la caridad, probidad beatificante del cristianismo, que consiste en amar a Dios sobre todas las cosas y al prójimo como a uno mismo. Pero, el punto del origen del mecenazgo según los historiadores especializados en la civilización antigua lo ubican en la antigua Roma, donde se implantó el primer modelo de política cultural practicado por Cayo Cilinio Mecenas, quien apoyó a artistas como Horacio, Virgilio y otros pensadores de la época, para ganar notoriedad e influencias ante el César, pero su descuidada gerencia del patrocinio y otros aspectos políticos y sociales lo llevaron a la ruina. Varios registros históricos sobre el particular identifican que la actividad de patrocinar a un creador artístico tiene su origen a finales de la edad antigua e inicio de la edad media. Los términos mecenas y mecenazgo se han estado usando desde el siglo XV.<sup>57</sup> Estos conceptos ya han sido aceptados el primero reintroducido desde el Renacimiento, el segundo creado desde fines del siglo XIX y difundido en el siglo XX. “Las sociedades no pueden continuar su desarrollo cultural sin atender estos dos conceptos, en realidad uno solo. “El mecenazgo es un patronazgo que puede ser de los reyes y los Estados, también de los particulares; a partir de un momento, puede darse dentro de diversas sociedades evolucionadas”. (Rodríguez A., 2008, p.19).

No se debe confundir el patrocinio comercial con las actividades de mecenas y filántropos que históricamente han apoyado las manifestaciones artístico-culturales por motivos altruistas. Aun cuando ambos fenómenos tienen como característica común el apoyo a actividades de interés público, la naturaleza del que hace el aporte, y los objetivos que busca con éste, los diferencia claramente. Mientras el mecenas y el filántropo son personas que hacen aportaciones gratuitas para promover o proteger determinadas actividades relacionadas con las artes, las tecnologías las ciencias o la cultura en general sin ninguna finalidad comercial, el patrocinador, hace aportes a la actividad patrocinada, pero a cambio de publicidad para su marca o productos (Amaya, 2010).

---

<sup>57</sup> ACLARACION: **Rodríguez Adrados, F.**, (2008) encontró que el término “mecenas” se ha estado usando desde 1490, y que a partir de 1511 fue incrementándose su uso en los siglos siguientes. Y el concepto “mecenazgo”, comprobó que en 1927 ya se estaba usando. Identifico en 1509 que en francés aparece “*maecenas*” la adaptación “*mécène*” desde 1648: “sin duda son desarrollos independientes, en español era innecesaria cualquier adaptación. En cambio, “mecenazgo” podría ser muy bien una adaptación del francés “*mécénat*”, testimoniado desde 1864. Semejante debe de ser el caso de otras lenguas europeas: el uso figurado de *Maecenas* viene ya de la Antigüedad, de Marcial, Séneca y Juvenal. El abstracto es una creación moderna, y no me extrañaría que el modelo fuera el francés señalado” (19). (Sus referencias son de: DRAE, CORDE y CREA-Corpus de Referencia del Español)

La filantropía y el mecenazgo han sido asociados también con ayuda caritativa, espíritu cívico, humanitarismo, control social y trabajo social, conceptos que en este siglo XXI representan o se refieren a fuentes de donaciones privadas y voluntarias, ofrecidas a personas individuales y colectivas para beneficiar la comunidad. Entre mecenas y filántropos hay una frontera que es difícil determinar. La historia de esta vinculación de conceptos es compleja, y su entendimiento se hace mejor al comprenderla desde los nuevos términos y conceptos que han surgido durante la evolución de la humanidad

En la actualidad los estudios académicos sobre la filantropía reconocen que la definición es amplia y no hay una que encierre la gran la magnitud de su accionar sociocultural. Un campo muy amplio en el cual los estudiosos tienden a explorar las diversas facetas de la filantropía de acuerdo con sus particulares intereses académicos y sus efectos en la comunidad. De este modo, *philanthropia* se revela como una palabra de advertencia, cuyo significado ha evolucionado para reflejar las tendencias filosóficas y culturales históricamente dominantes en la sociedad griega clásica, cuyo accionar trascendió hasta el siglo XX y hoy esta cambiante ajustándose a esta contemporaneidad. (Sulek 2010).

Así llegan hasta nuestros días los conceptos caridad, filantropía y Mecenazgo con sus diferencias, mezclándose con criterios y tendencias sociopolíticas hasta llegar ser considerado por algunos libres pensadores de izquierda como una gran estrategia para administrar capitales al servicio de los poderes económicos, al calificarlo como una práctica engañosa que lejos de ayudar a crecer a las personas, lo que hacen es acostumbrarlas a lo regalado. Así, el pueblo no ve que también tiene el poder de acceder al conocimiento, el cual tiene que ser mejorado, desafiado e incrementado constantemente o se desvanece. (Drucker P. 2005)<sup>58</sup>.

Este deseo de crecer, procurando felicidad y gozo al darse a los demás, es la razón por la cual los ciudadanos preocupados por el arte, la tecnología y la ciencia crean fondos para impedir la desaparición de la información, para aumentarla, o para solucionar o patrocinar o respaldar algún evento, en donde se desarrollarán productos y servicios que van a satisfacer a quienes han aportado recursos para su realización. Así surgen conceptos novedosos como: “*sponsoring, endorment y crowfounding*”, que en español se traduce como: “patrocinio, endoso, micromecenazgo” conceptos que se refieren a la protección y amparo de la cultura, tres formas que se distancian ligeramente de la filantropía, el

---

<sup>58</sup> **Peter Ferdinand Drucker**. 1909-2005, abogado y tratadista austriaco y filósofo de la administración del siglo XX. Autor de más de 35 libros, sus ideas fueron decisivas en la creación de la gerencia moderna.

mecenazgo clásico y la caridad en forma más no en fondo, teniendo en común que todos estos conceptos promueven la necesidad de gestionarse uno mismo, hasta contribuir con la creación de una revolución que cambie para bien las relaciones humanas. Peter Drucker (2014), vale decir, que la sociedad genera constantemente maneras diferentes para administrar esos cambios sociales, los cuales son protegidos por núcleos sindicales hasta que dejan de servirle, por eso suele ser cada vez más común patrocinar actividades y hechos que vayan en pro del desarrollo humano.

#### B) PATROCINIO, ENDOSO, MICROMECENAZGO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Estos tres conceptos se refieren de manera general al acto de ayudar a la gente. Pero, tienen diferencias que pueden confundir a quienes no están relacionados con estas actividades que encierran los vocablos: “patrocinar, endosar, y practicar el micromecenazgo”. En este mismo orden veremos sus significados. Luego, haremos una comparación entre las diferencias básicas de los términos, incluyendo el mecenazgo, y filantropía, los cuales definimos anteriormente, dejando fuera el concepto caridad, por estar más relacionado con otro ámbito gnoseológico.

Comencemos con el concepto patrocino del latín *patrocinium*. Es una actividad que surge en el antiguo Imperio romano. Este concepto se refiere a una actividad en donde se hace un ofrecimiento de auxilio, amparo o protección, bajo un pacto entre las partes, pero con una intención marcada de quién lo ofrece, que es la de obtener un beneficio directo de quien lo recibe. De acuerdo con los registros y textos históricos, el *concepto patrocino* puede entenderse desde dos espacios del saber: Uno es el punto de vista de la religión<sup>59</sup>, vinculado con la caridad, la fe y la esperanza. El segundo significado está más cercano a lo terrenal, relacionado con posesión material que se puede traducir en apoyo económico que una empresa otorga a un artista o deportista. Los dos hechos se refieren a la

<sup>59</sup> **Patrocino desde el punto de vista religioso:** (...) es la advocación de una figura que asume una determinada organización. Esto quiere decir que, al establecer el patrocino, dicha organización (como un hospital o una escuela) se encomienda a la figura religiosa y pide su protección. Esta identidad es siempre un santo, el Espíritu Santo, la Virgen María u otras figuras religiosas. Se conoce como *catedrales bajo patrocino* a aquellas que están dedicadas a un santo o a un acontecimiento sagrado. La *Catedral de Santa María en Valencia (España)*, la *Catedral de la Asunción de la Virgen María en la Ciudad de México* y la *Catedral de San Patricio en Melbourne (Australia)* son algunos ejemplos.

**Patrocino desde el punto de vista material:** (...) es el apoyo que una empresa otorga a un artista o deportista. Suele tratarse de un apoyo económico que se presta a cambio de publicidad: la empresa paga al protagonista para que éste publicite, de una forma u otra, a dicha empresa. Así, una compañía de alimentos puede patrocinar a un equipo de fútbol pagándole una determinada suma de dinero para que la camiseta que utilizan los jugadores lleve el logo de una marca. El hecho de que muchas empresas e instituciones recurran al patrocino como forma de publicitarse es debido al hecho de que aquel trae consigo un importante número de ventajas, entre las que destacan las siguientes: Se consigue llegar al consumidor sin necesidad de molestarle o interrumpirle, como sí ocurre con los anuncios publicitarios en los medios electrónicos [radio, televisión, ciber espacio-internet]. Se logra que los valores positivos del evento que se patrocina, por ejemplo, se asocien directamente con la entidad que ha apostado por ese medio de publicidad. Permite llegar a un mayor número de personas a través de diversos medios que cuentan con variados públicos. Da buena muestra de que la empresa en cuestión es solidaria y se preocupa por la sociedad. (Porto & Meriño, 2011). <https://definicion.de/patrocinio/>

conjugación misma de la palabra. Así que, cuando patrocinamos defendemos, protegemos, amparamos o favorecemos a una persona o a una actividad donde participan uno, o varios grupos que se benefician según los acuerdos entre las partes. De manera que llevado a la acción es: “apoyar o financiar una actividad con fines publicitarios” [Patrocinar], (RAE, 2016), cuyos propósitos por parte de quien patrocina son siempre interesados, diferenciándose del mecenazgo desde sus inicios, pues este último se proyecta como una actividad “desinteresada”. Dejando claro sin importar que sea religioso o materialista, el *patrocinium* ha mantenido hasta nuestros días su significado. Se patrocina a los deportistas, a los artistas, a los eventos religiosos, a las artes, las ciencias y eventos culturales, cuyo fin no es el lucro, sino más bien el bienestar de las personas. Como lo afirmó George Washington: “No hay nada mejor que patrocinar las artes y las ciencias, pues el conocimiento es en todos los países la base más segura de la felicidad pública”<sup>60</sup>. Esa es la razón de ser de los patronatos, término del latín *patronatus* que se refiere a las propiedades o los derechos que poseen quienes deciden proteger con recursos privados a una actividad que beneficia a la comunidad por un lapso de tiempo no definido y sin espera retorno económico a cambio.

Expertos mercadólogos y publicistas como Otto Kleppner, David Ogilvi, Luis Basan y otros comunicólogos contemporáneos, coinciden en que el hecho de patrocinar, “es una cualidad o estado público” que se relaciona con la publicidad porque la utiliza como método de “divulgación de noticias o de anuncios comerciales para atraer a posibles compradores, espectadores y usuarios” [Publicidad], (RAE, 2016). Muchos trabajadores comparten este significado de publicidad y también aceptan qué es patrocinar, y sobre este tienen visiones diferentes de cómo se debe abordar esta actividad cuando hacen promoción, relaciones públicas, publicidad y mercadeo.<sup>61</sup>

<sup>60</sup> Traducción libre de lo expresado por **George Washington**, primer presidente de los Estados Unidos de Norte América, durante el periodo de 1789 a 1797. Nació el 22 de febrero de 1732 y murió el 14 de diciembre de 1799. (67 años). Considerado uno de los padres fundadores de EEUU. “*There is nothing that they deserve something better their patronage, than the promotion of science and literature. Knowledge is in every country the surest basis of public happiness*”.

<sup>61</sup> EXPERTOS DEFINEN LA PUBLICIDAD: **Luis Bassat** (1994, p. 6) explica que es “el arte de convencer consumidores” (forma sintética de aludir a tres aspectos concretos: es un arte, no una técnica; se trata de convencer, no de informar; se orienta al consumo, no a las ideas). Mientras que **David Ogilvy** (1989, p. 7) afirmar lo contrario: “La publicidad no es una forma de arte o de diversión, sino un medio de información”; y prosigue: “cuando redacto un anuncio no quiero que me digan que es ‘creativo’. Quiero que resulte tan interesante que obligue a comprar el producto”. Para **Kleppner** (1988, p. 27), “es un método para comunicar a muchas personas el mensaje de un patrocinador a través de un medio impersonal. Las funciones de la publicidad son numerosas: está diseñada para convencer a una persona de que compre un producto o para apoyar una causa... Toda la publicidad tiene dos hilos comunes: un fundamento de marketing y uno de comunicación persuasiva”. Desde una óptica más economicista, **William Stanton** (1980, p. 482) define la publicidad como “la presentación hacia un grupo de un mensaje impersonal, oral o visual patrocinado abiertamente acerca de un producto, servicio o idea. Este mensaje...es diseminado a través de uno o más medios y es pagado por un patrocinador identificado”. En el ámbito del marketing, **Philip Kotler** (1995, p. 654) la define como “toda comunicación no personal y pagada para la presentación de ideas, bienes o

La verdad es que la acción del publicista es hacer negocio, y en ese mundo de la comunicación las personas que ayudan o dan apoyo a una actividad humana o cuidan del planeta son reconocidas generalmente como “sponsor”<sup>62</sup> o padrinos, que en el campo de los negocios se conocen como patrocinadores, labor que en el mundo de la comunicación publicitaria es muy recurrida, dado que es parte de la estrategia que usan las personas e instituciones con grandes capitales, para presentar a la sociedad su parte filantrópica o de mecenas. El patrocinio tiene la peculiaridad de que es una actividad consensuada, que ofrece ayuda interesada, en la cual las partes tienen claro qué tipo de ganancia tendrán cada una, lo que hace que el concepto patrocinar (*sponsorship*), se presente en la actualidad en diferentes dimensiones, atendiendo a los intereses lucrativo y altruista de quienes los practican.

En virtud de lo cual se puede identificar un patrocinio comercial, en el cual el patrocinado recibe de la institución o empresa patrocinadora una contrapartida, que normalmente es económica o material. Esta forma de amparo es muy común en la promoción de las industrias culturales y creativas (ICC: deporte, espectáculos, programas en TV y Radio...). En donde esta acción se suele presentar como apoyo desinteresado, en ese caso, suele confundirse con mecenazgo, o filantrópica. Por ejemplo: Una empresa decide patrocinar una campaña para proteger el medio ambiente, porque considera que es correcto ayudar a la preservación del planeta, cuidar o emendar algún daño que su actividad comercial haya hecho a la naturaleza.

Este hecho no es desinteresado para la empresa, pues generalmente se cubre para hacer relaciones públicas, o para cumplir con la responsabilidad o respuesta social de las empresas. Es más bien un respaldo especial que se identifica bajo la palabra inglesa “*Endorsement*”, concepto que muchos profesionales del área de los negocios reconocen como un patrocinio de interés comercial o como “Publicidad Patrocinadora, Falso Mecenazgo, o Filantropía Encubierta”, cuando realmente es un traspaso mediatizado, un apoyo condicionado, una ayuda, semi-interesada. Es conocido como endoso, que es un concepto cercano al patrocinio, pero con sutiles diferencias, que se pueden advertir al

---

servicios por una empresa determinada”. Definición que es asumida plenamente por **William Wells, John Burnett y Sandra Moriarty** (1996, p. 12) en su célebre manual: “La publicidad es comunicación impersonal, pagada por un anunciante identificado que emplea los medios de comunicación con el fin de persuadir a una audiencia o influir en ella”.

<sup>62</sup> **SPONSOR. (*sponsorship*)**. Voz inglesa y del latín tardío *sponsor* ‘padrino’, en lat. ‘fiador de otra persona’. En castellano *patrocinador*, el que *patrocina* (RAE), con frecuencia se ve escrito en una de estas formas: *sponsorización* y *esponsorización*.

cruzar con los significados de los conceptos filantropía y mecenazgo, cuyas intenciones mercuriales no son su razón de existir.

En español, endosar<sup>63</sup> se refiere a la acción de dar aprobación a algo, respaldar a alguien, como a un candidato o una persona jurídica o a un evento cultural; también se puede definir en el ámbito comercial, como un espaldarazo mercadológico y publicitario; es en estos campos en el que toma interés mediatizado y comprometido. Endorsar es dar respaldo para que se haga efectivo el verbo transitivo endosar (*endorse*), es aprobación (*endorsement*), que significa: “pasar responsabilidad de una persona a otra, encomendar algún trabajo o una cosa que resulta pesada o molesta para la persona o institución que está respaldando un acto futuro o presente” (RAE, 2016). En este siglo XXI el concepto referido en inglés “*Endorsement*”, se percibe ya como una actividad de marketing y de comunicación publicitaria que se confunde con el patrocinio y se refiere más bien a la colaboración de empresas para proteger sus marcas comerciales (*Cobranding*)<sup>64</sup>. Pues, la cooperación de marcas es un concepto que cada vez más se arraiga a la actividad creciente que llevan a cabo las marcas de alimentos, bebidas, ropa, empresas músico-vocales y las que hacen espectáculos con los productos que se generan en las industrias culturales y creativas (productores de aplicaciones tecnológicas, diseñadores de modas, artistas...).

La función básica del endorso que le da la característica a esta actividad de “ayuda”, es que se presenta como una aprobación de respaldo interesado por ambas partes, en donde las empresas contratan los servicios de una persona de renombre, para servir de soporte de las marcas. A cambio, la persona recibe una remuneración por ello y la empresa obtiene la credibilidad y aceptación del endosado, sin que se vea de manera intencional, es más bien una acción de mercurial. En esta actividad de patrocinio comercial el deportista, artista, músico se compromete bajo contrato a servir de promotor de esa marca. Por ejemplo: en el mundo de la música, un artista firma contratos con marcas de instrumentos musicales que luego usa para hacer sus ejecuciones artísticas y dar testimonio de las bondades del

---

<sup>63</sup> ENDOSAR: 1. tr. Ceder a favor de alguien una letra de cambio u otro documento de crédito expedido a la orden, haciéndolo así constar al respaldo o dorso. 2. tr. Trasladar a alguien una carga, trabajo o cosa no apetecible. (DRAE). “*Endorsement*” tiene su origen en la palabra latina *dorsum* de donde provienen palabras como: dorsal, dossier y dosel, vocablos populares que en latín se refieren a espalda, los cultos de la época preferían “*tergun o tergus*”. Su origen es más atrás de los griegos y no está claro, los romanos lo identificaron como contracción de “*deorsum*, adverbio que significa “arriba, abajo” o “hacia abajo, cuya raíz tiene cierta idea de dar vuelta, pues tiene que ver con el verbo *vertere* (hacer girar), que se asocia a una raíz indoeuropea, (dobrar volver). En el siglo XII el verbo endosar proviene del francés “*endosser*” que significa cargar algo a la espalda, en el aparece en Francia el término, del latín se le agrega el sufijo “*in*”, “*indorsal*”.

<sup>64</sup> NOTA: Es importante aclarar que no es lo mismo “Endosar” que hacer “Co-branding”, “pues el segundo es una estrategia mercadológica en la que se juntan las fuerzas de dos marcas para ofrecer un producto o servicio en conjunto. Normalmente los productos de cada una de las marcas son complementarios y en este caso los ofrece como paquete, o en muchos otros se crea un producto nuevo manteniendo las esencias de ambos”. Se le conoce también en español como cooperación de marca publicitaria (*branding*) Definiciones web. Co-marketing, extensión de línea de producto etc.

producto, o el servicio. Igual pasa en el campo del deporte y otras áreas culturales, cuyos uniformes tienen el logo identificador de la marca comercial equis. Aunque la calidad no se endosa se puede aparentar que se está traspasando de uno a otro y viceversa, llegando a convertir la prestancia de una persona o institución en un valor que se vende y se compra. Es importante aclarar que esta actividad de respaldo o “endorsamiento”, no es lo mismo que responsabilidad o respuesta social, la cual es definida como la capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, al haber afectado con sus acciones a los diferentes grupos sociales con quienes se relaciona directamente o con algún grupo que no tienen vinculación con la institución y han sido afectados negativamente, por lo cual la empresa tiene que emendar sus hechos.

En general, el concepto de Responsabilidad Social Empresarial o Responsabilidad Social Corporativa (RSE o RSC) como también se le llama, es una actividad que surgió entre las décadas de los 50 y 60 y ha tomado fuerza en este siglo XXI. Pues esta acción gerencial, se corresponde con la visión integral que tienen los empresarios de que crecimiento económico y la productividad de la sociedad están asociados con las mejoras en la calidad de vida de la gente, quienes a su vez trabajan para dar vigencia a las instituciones políticas que garantizan los derechos de las personas. (MICUL, 2017).

Howard R. Bowen (1953) la RSE puede ayudar a las empresas a alcanzar los objetivos de justicia social y prosperidad económica mediante la creación de bienestar para una amplia gama de grupos sociales, más allá de las corporaciones y sus accionistas. Las empresas no sólo producen buenos servicios, sino también las condiciones de trabajo y pone de relieve la racionalidad económica de la inversión en responsabilidad social para mejorar el bienestar de los empleados.<sup>65</sup>

Tomando en cuenta que los aspectos básicos de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) son indelegables, en donde los procesos productivos y comerciales se alinean con un fin social. Debemos comprender que las RSE tiene por objetivo promover el desarrollo humano sostenible, protegiendo siempre los derechos humanos. Y que su diferencia básica con mecenazgo es que; mientras el mecenas y el filántropo hacen una actividad aparentemente desinteresada, la RSE se hace con una acción en particular, la de mejorar la imagen de la institución o empresa, cuyo fin es hacer crecer el capital sin focalizarse en ello como lo primordial de su actividad. Razón por la cual las empresas están integrando y

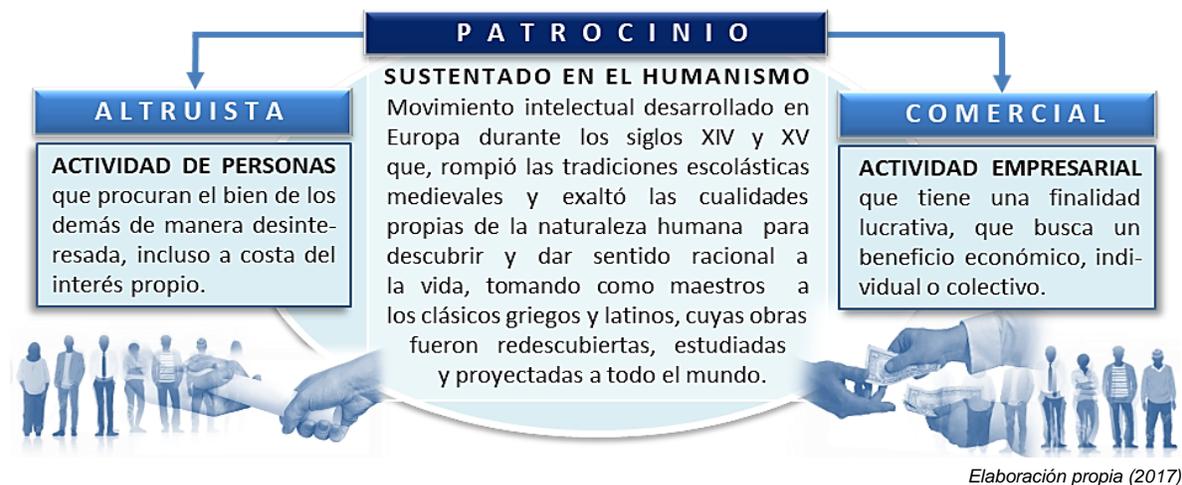
---

<sup>65</sup> **Howard Rothmann Bowen** (octubre 27, 1908 – diciembre 22, 1989) economista Norte Americano, Responsabilidades Sociales del Hombre de Negocios 1953, pionero en utilizar el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

dirigiendo a su empleomanía con una mística de creación y protección de la imagen de la organización, dentro de lo que se conoce como servicio al cliente. Por tal motivo utiliza cada vez más las actividades de patrocinio cultural (mecenazgo), especialmente las relacionadas con el ocio positivo, pero sin que se vea como una función directa de la empresa. La RSE es una función que permite cumplir a los empresarios con su misión, la de ser reales y verdaderos gerentes, sin hacer daño a la sociedad. Es como si los empresarios se comportaran como muchachas y muchachos “Scouts” al seguir el mandato de una de sus frases positivas: “Traten de dejar el mundo en mejores condiciones que las que tenía cuando entraron en él”. (Baden-Powell)<sup>66</sup>, esta frase sintetiza la Ley Scout que rige el Escultismo.

### 2.1.2.- Hacia una posible propuesta de clasificación del patrocinio

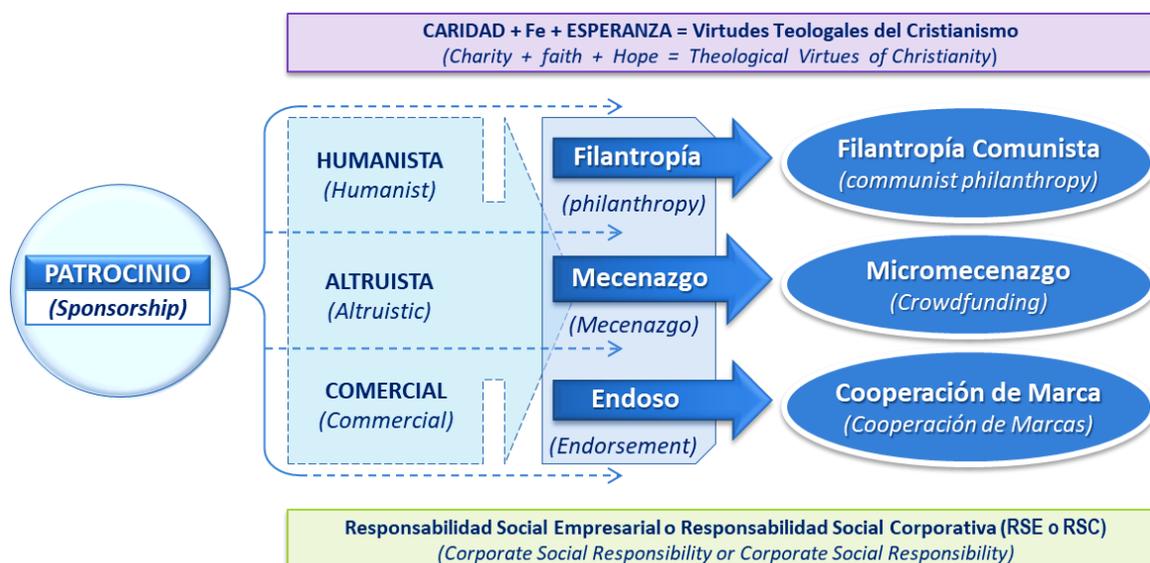
Hasta ahora, los conceptos estudiados presentan una categorización establecida con unas fronteras muy delgadas entre sí, cuyos significados se diferencian en las formas de redacción más no el fondo, lo que permite hacer una clasificación que nos oriente, para comprender cómo el concepto patrocinar (*donar*) se ha diversificado. En las informaciones obtenidas hasta el momento se pueden apreciar dos tipos de patrocinio: Altruista y Comercial, los cuales se distinguen de la actividad inicial que los generó hace más de dos siglos, es decir de la caridad y de la filantropía. Para aclarar sus significados actuales los definiré atendiendo los siguientes marcos de conceptos (No 2.2 y 2.3).



MAPA CONCEPTUAL No. 2.2. TIPOS DE PATROCINIOS ATENDIENDO A LA INTENCIÓN DE QUIEN LO EJERCE

<sup>66</sup> Sir Lord Robert Cecil Stephenson Smith Baden-Powell, I barón de Gilwell (n. Londres, 22 de febrero de 1857 - m. Nyeri 8 de enero de 1941), “Militar Humanista”. Fundador del Movimiento Scout Mundial, participó en distintas campañas militares en África. Formador de la actividad conocida como ESCULTISMO: Movimiento juvenil internacional que pretende la formación integral del individuo mediante actividades de grupo y la vida en contacto con la naturaleza. Es una actividad de educación no formal para desarrollar líderes y mejores ciudadanos del mundo, “los miembros del escultismo se denominan scouts”.

Como se puede apreciar en el Mapa Conceptual No. 2.3, el patrocinio se desarrolla tomando en cuenta la intención de quienes lo practican pudiendo verse tres dimensiones: la humanística, la altruista y la comercial, las cuales han cambiado a través de los siglos para caracterizar sus rasgos propios y entrar en la dinámica del patrocinio contemporáneo.



Elaboración propia (2017)

MAPA CONCEPTUAL No. 2.3. CLASIFICACIÓN ATENDIENDO A LA DEFINICIÓN DE PATROCINIO.

Siguiendo la acomodación que hemos hecho sobre patrocinio, se puede apreciar campos de acciones en donde el apadrinamiento se hace efectivo, dentro de las cuales vemos: la Filantropía Comunista o Comunitaria,<sup>67</sup> el Micromecenazgo y la Cooperación de Marca. De esas áreas en donde se ven los efectos de ayudar al prójimo, solo haremos un enfoque descriptivo del concepto Micromecenazgo. Eric Rivera Butzbach (2012) define este tipo de patrocinio como el resultado de la cooperación colectiva, llevada a cabo por personas que crean una red a través Internet para conseguir dinero u otros recursos, cuyo fin es financiar esfuerzos e iniciativas de otras personas u organizaciones. Esta actividad de patrocinio también es conocida popularmente como una financiación colectiva o “*Crowdfunding*”; un neologismo anglosajón muy difundido en la *Web* a través de alguna plataforma digital, como “*Kickstarter*” (se traduce del inglés como pedal de arranque) es una plataforma de financiamiento para proyectos creativos de todo tipo: desde películas, juegos y música

<sup>67</sup> ACLARACIÓN SOBRE EL CONCEPTO FILANTROPIA COMUNISTA O COMUNITARIA. Esta forma de patrocinio no se tocará en este marco teórico, ya que nos veríamos compelido a tocar temas relacionados con geopolítica y economía comunista, los cual nos distraería del objeto de estudio de este trabajo.

hasta arte, diseño y tecnología<sup>68</sup>, a diferencia del mecenazgo, cuya financiación casi siempre proviene de grandes compañías o personas adineradas. De manera que la micro financiación colectiva, o la actividad de patrocinio por grupos de personas es muy utilizada por sus resultados. Ya que los ciudadanos se ponen en contacto con proyectos que ayudan a una causa social o la fundación de algún movimiento ciudadano (político partidario o comunitario), o para apoyar la actividad económica que busca solventar deudas, o financiamiento para la construcción de escuelas, viviendas populares, y clínicas. También para ayudar a emprendedores a desarrollar ideas de productos, prototipos de negocios. Este tipo de patrocinio colectivo está teniendo cada día más auge por su versatilidad en apoyar el bienestar de las personas a través del desarrollo de la cultura.

“El origen de este peculiar modelo de financiación suele situarse en 1997 cuando el grupo de rock británico Marillion costeó su gira por los Estados Unidos de este modo, pero, hablando en propiedad, el término crowdfunding no se acuñó hasta una década más tarde, en 2006, durante el lanzamiento de Fundavlog, por Michael Sullivan. A partir de ese momento han ido surgiendo numerosas plataformas on line, como las conocidas Kickstarter, *Crowdcube*, *Kiva* o *Teaming*; y... *Crowddacy*... En castellano, la traducción de *crowdfunding* que parece estar teniendo más éxito es la de micromecenazgo, pero este término es tan solo una pequeña parte de las múltiples acepciones que se pueden englobar en aquel concepto en inglés, donde podemos encontrar un gran catálogo de servicios que va mucho más allá de la simple aportación puntual de un pequeño mecenas” (Rodríguez G., 2014, p.10).

Lo planteado anteriormente coloca el término micromecenazgo en el campo de otro concepto que se relaciona con lo que está ocurriendo en las Industrias Culturales y Creativas (ICC), o sea las industrias del ocio. Pues, la realidad de la obtención de fondos para la producción ante la demanda creciente de obras, fonográficas, cinematográficas, pictóricas, objetos artísticos, espectáculos de entretenimientos y otros productos vinculantes en el mundo de las ICC<sup>69</sup>, piden que se agilicen o desarrollen nuevas maneras

---

<sup>68</sup> NOTA: *Crowdfunding* y *crowdsourcing* son dos palabras que últimamente suenan con más frecuencia gracias a la red internet (Crow=multitud, funding=fondo; sourcing=abastecimiento; lending=préstamo. *Crowdlending* consiste en la financiación a empresas, proyectos o a personas por numerosos inversores. *Kickstarter* que se traduce como *kick*=patada, *starter*= motor de arranque; pedal de arranque. Las terminologías surgidas con el desarrollo de la Web 2.0 y el avance de los nuevos modelos de comercialización están creando nuevas definiciones para identificar las maneras de patrocinio que han surgido en las últimas dos décadas.

<sup>69</sup> EJEMPLOS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE SE PUEDEN LOGRAR CON PATROCINIO: Creación de artesanía, obras teatrales, conciertos musicales, pasés de modas, instalaciones audiovisuales, creación de videoartes y otros performances. Aquí también se puede incluir la Industria del turismo, por su relación en la facilitación de los momentos de

de producir y gestionar la cultura. Ante la limitante de mecenas y filántropos que no alcanzan para auxiliar a los grupos sociales que demandan ser ayudados en la producción de cultura artística, tecnológica y científica, o en renovar y proteger el patrimonio tangible e intangible. Las demandas en esa dirección abren las posibilidades para que surja el *Crowdsourcing*<sup>70</sup>, término de origen anglosajón, que se refiere a una convocatoria abierta para solicitar la colaboración de sectores externos públicos o privados, para que grupos numerosos de personas o una comunidad, (“la multitud” o *crowd*), acudan a un llamado para que patrocinen económicamente (“recursos externos” o *out sourcing*) para resolver un problema (Howe, 2006). Es un patrocinio de colaboración abierto a una comunidad que ha de participar en términos y protocolos muy especiales, lo que lo coloca más en el ámbito de los negocios, diferenciándolo del mecenazgo o la filantropía.

Trascurridas un poco más de dos décadas de haber introducido el término *Crowdsourcing*, hoy se ve como un modelo de obtención de recursos para producir soluciones a problemas. Su acción normalmente se difunde a un grupo de personas desconocidas, mediante llamados a abierto, para que propongan algún tipo de ayuda a situaciones anómalas o de insatisfacción cultural. Esta convocatoria generalmente se hace a comunidades en línea a través de internet, aunque también se suele hacer en otros medios de comunicación de masa (impresos, televisivos y radiales). Como un mecanismo de sobrevivencia y crecimiento de esta actividad, el que solicita este tipo de promoción permite que las comunidades revisen las propuestas de soluciones para encontrar errores y enmendarlos. En este caso, las mejores soluciones pertenecen a la entidad que propuso el problema, que es el convocante. Las personas que propusieron las mejores soluciones son recompensadas, ya sea mediante un pago en dinero, con premios o un reconocimiento, en otros casos, la recompensa es solo el prestigio de una mención o reconocimiento para su satisfacción intelectual.

Las soluciones de Crowdsourcing casi siempre vienen de voluntarios aficionados, de individuos que trabajan en su tiempo libre, de expertos o pequeñas y medianas empresas que eran desconocidas para la organización que expuso el problema (Howe, 2006). Esto

---

ocio y los productos que se realizan para distribuirse en los medios de comunicación (electrónicos e impresos y la web). (UNESCO, Clasificación de los productos y servicios de las Industrias Culturales).

<sup>70</sup> *CROWDSOURCING*: Este término nace formalmente en 2006 por medio de **Jeff Howe y Mark Robinson**, en un interesante artículo publicado en la revista tecnológica *Wired* “*The Rise of Crowdsourcing*”. (Fernandez, A., 2013).

se ve más como un respaldo o endoso de patrocinio comercial, y en muchos casos, como crowdfunding (micro-patrocinio), creando confusión por la similitud de los términos y la delgada frontera de los fines que los genera. Lo que plantea una definición en ebullición, pues: Diversos autores han tratado hasta el momento de elaborar una definición, unos centrándose en el uso del crowdsourcing como un proceso de resolución de problemas, (Vukovic y Bartolini, 2010), otros como una forma de externalizar tareas, (Oliveira, Ramos, & Santos, 2010). Sin embargo, el crowdsourcing hace referencia la inteligencia colectiva (Schenk y Guittard, 2009), y no dispone de una base teórica que fundamente su estudio, aunque este problema está subsanándose. (Vilardy; Prieto y Lopez, 2014).

Jeff Howe diferenció cuatro tipos de “estrategias de colaboración abierta” (entiéndase *Crowdsourcing*) las cuales son utilizadas para acceder a fondos económicos, aplicables para proyectos de innovación. Ver la siguiente Lista No. 2.1.

LISTA NO. 2.1.	
TIPOS DE ESTRATEGIAS DE COLABORACIÓN ABIERTA (CROWDSOURCING)	
PATROCINIO ABIERTO	EXPRESIÓN DE ORIGEN ANGLOSAJÓN
1.- Financiación Colectiva	Crowdfunding
2.- Creación Colectiva	Crowdcreation
3.- Votación Colectiva	Crowdvoting
4.- Sabiduría Colectiva	Crowdwisdom



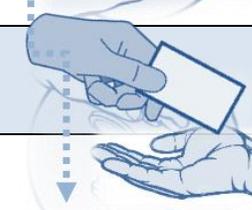
FUENTE: Jeff Howe (2006)

Cabe destacar que estas maniobras de colaboración son solo aplicables para proyectos de innovación. De manera que, aquellas personas que aporten su ayuda a una organización deben de tener claro que están apoyando proyectos que tienen como características principales la creatividad e innovación, para facilitar nuevas soluciones a aquella organización que le está haciendo falta (Fernández, 2013). Cuatro formas de mirar el *Crowdsourcing* como un fenómeno cultural donde se trabajan de manera colaborativa, que como toda actividad humana tiene sus pros y sus contras, como en lo referente al derecho de autor y los beneficios que devengan la propiedad intelectual que se genera en grupo, un resultado preocupante para resolver. Situación que se resuelve si las empresas trabajaran bajo los términos del cooperativismo cultural, en donde el producto resultante es de todos. Douglas Rushkoff (2007) en sus planteamientos coincidió con autores que habían afirmado a partir del año 2000 que nos encontramos en la Cuarta Ola del Desarrollo Humano, donde las tecnologías blandas y duras permiten un crecimiento de la cultura y las personas con espíritu de colaboración, cooperación y con un sentido de auto determinación interior están

dejando de vivir con temor en lo relativo a sus capacidades de modificar y adaptarse a la naturaleza. Pues cada vez más, la gente comprende que el poder está en sus manos, siempre que tengan acceso a la red de información (Maynard, & Mehrtens, 1999). De manera que la transmisión de conocimientos hoy es ya muchos más rápida y poderosa que las conocidas a finales del siglo XX. Pero, sobre todo, que la gran mayoría de datos son libres, gratis o sin derecho de autor. Es aquí en donde entra nuestra capacidad de diferenciar lo útil y lo inservible para nuestros propósitos inteligentes. Es por ello que cada vez hay más portales y plataformas tecnológicas que se dedican al “micro patrocinio” y a la obtención de “patrocinio de colaboración abierta o la micro financiación”, los cuales tienen formas variadas de retribuir a los “pequeños mecenas y filántropos”. Es preciso ir haciendo algunos aportes para que se desdibuje y remarquen las fronteras de los conceptos *Crowdfunding* y *Crowdsourcing*, por eso presento estos cinco modelos de *micro-patrocinio* que he encontrado en las fuentes documentales consultadas hasta el momento. Ver Tabla No. 2.1. en donde se puede diferenciar cinco tipos de patrocinos.

TABLA NO. 2.1

**COMPARACIÓN DE TIPOS DE PATROCINIOS**

PATROCINIO POR:	DEFINICIONES DE PATROCINIOS POR APORTACIONES
 <b>DONACIONES</b>	Quienes hacen aportaciones monetarias y no esperan beneficios de la transacción.
 <b>RECOMPENSAS</b>	Quienes hacen aportaciones monetarias y esperan un estímulo material o simbólico a cambio de su contribución.
 <b>ACCIONES</b>	Se invierte en masa en una empresa y se recibe acciones o participaciones de esta.
 <b>PRÉSTAMOS</b>	Financiación en masa (con garantías o créditos) <sup>71</sup> a una empresa a cambio de un tipo de interés. <i>(Véase Crowdlending)<sup>72</sup></i>
 <b>ROYALTIES</b>	Se invierte en un proyecto o empresa y se espera una parte de los beneficios, que pueden ser económicos, materiales.
<i>Elaboración Propia</i>	

Como se puede advertir las diferencias entre los tipos de patrocinio es solo en la manera de cómo se reciben la cantidad de beneficios y recompensas, es decir, en los protocolos de intercambios que se firman entre las partes, bien sean en una relación de: patrocinador y patrocinados; beneficiador y beneficiado; endosador y endosado; sin importar si se hace desde una práctica regida por mecenazgo o filantropía.

<sup>71</sup> Portal: «[lotengo-cf](http://lotengo-cf.com)». *lotengo-cf*. Consultado el 28 de marzo de 2016. Confirmado su enlace 26/06/2016.

<sup>72</sup> Portal Loan Book Capital, [www.loanbook.es/que-es-el-crowdlending](http://www.loanbook.es/que-es-el-crowdlending), Consultado el 26/06/2016.

Los tipos de financiación masiva que hemos definido hasta ahora tienen puntos negativos y positivos. Los defensores afirman que esta forma de respaldo permite que salgan a flote las ideas creativas que no encajan en los patrones requeridos por las empresas de financiación convencionales. Lo que sí tiene de positivo es la obtención de dinero en efectivo a través del apoyo y la solidaridad de grandes grupos de personas; también que mientras se hace la publicitación del proyecto a financiar, casi siempre se adquieren clientes potenciales lo que en muy bueno para los proyectos. Al parecer, lo único negativo, es el riesgo que corre el proyecto cuando se encuentra en prima fase de divulgación, pues el mismo se expone a que su idea sea copiada por otras empresas con mayores capacidades de divulgación o con mayores recursos. Es aquí donde entra el Estado para fortalecer su marco jurídico y legal, aprobando leyes y reglamentos que rigen la actividad por internet, sobre el patrocinio cultural, el mecenazgo, la protección de micro, medianas y grandes empresas. Igualmente, la implementación de leyes que promueven el emprendedurismo y la innovación en los negocios relacionados con las industrias del ocio.

### ***1.- Importancia de la regulación legal sobre patrocinio cultural***

Cada vez son más los países cuyos líderes han entendido que la cultura del ocio es rentable, y que un marco legal que promueva las buenas prácticas de patrocinio cultural a través del mecenazgo u otra de las modalidades en que hoy se practica es de gran beneficio para sus pobladores. En la mayoría de las naciones del continente existen exenciones que admiten deducir como gasto las donaciones de la base imponible del impuesto<sup>73</sup>, aunque adicionalmente existen otros privilegios que permiten deducir la donación como crédito contra los impuestos. Respecto las primeras, se desconoce la magnitud de las donaciones que se acogen a esta modalidad, ya que no existe una contabilización de este aspecto por parte de las instituciones públicas que deberían regir esta acción.

Con relación a las exenciones que sirven como crédito contra los impuestos, ellas son equivalentes a la renuncia fiscal a los tributos por el monto de recursos destinado (Antoine 2010). En los países con menos controles fiscales, esta actividad se convierte en una retranca para el desarrollo cultural, pues se tiende a engañar al Estado con relación a lo aportado, al declarar más de lo que dicen patrocinar, para esconder sus márgenes de

---

<sup>73</sup> ACLARACIÓN DE LA BASE IMPONIBLE: Es la cuantía sobre la cual se calcula el importe de determinado impuesto a satisfacer por una persona física o jurídica. Según los financieros para calcular la cuantía del impuesto lo que se hace es multiplicar la base imponible por un porcentaje determinado, que se llama tipo de gravamen, establecido por el Estado o la institución prestadora. (Dirección General de Impuesto Interno, DCII-RD, 2018).

ganancias. Es por esto que cada vez son más los países en los que existe un conjunto de leyes destinadas a la promoción del patrocinio cultural, los cuales procuran los beneficios fiscales que se desprenden de esta actividad. Esta recaudación de recursos económicos se constituye en una real fuente alternativa de financiamiento para la cultura, de ahí la importancia de que los Estados apoyen la creación de leyes y reglamentos que regulen el patrocinio cultural, desde donde se incentive el desarrollo de las Artes, las Ciencias y la Tecnología, cuyo crecimiento acrecienta el patrimonio nacional, que es lo mismo que decir, las leyes de patrocinio cultural ayudan a los Estados a ofrecer riquezas y bienestar a sus gobernados. La siguiente Tabla No 2.2 se aprecian los países que apoyan el desarrollo de su cultura y en la Infografía No. 2.2, el crecimiento de la producción cine en Rep. Dom.

**TABLA No. 2.2**  
**13 PAÍSES LATINOAMERICANOS CON RÉGIMEN LEGAL DE PATROCINIO CULTURAL**

PAISES	LEYES	ESTADO
República Dominicana	Ley de Cine <b><u>Ley de Mecenazgo y Patrocinio Cultural</u></b>	Aprobada <b><u>En estudio en el Senado</u></b>
Brasil Chile	Ley de Mecenazgo	Aprobada y de aplicación Nacional
Argentina Uruguay	Patrocinio o promoción de la cultura a través de varias Leyes de su Carta Magna	Aplicación directa o indirecta a través de otras leyes y reglamentos
Venezuela Colombia México Perú Puerto Rico	Diversas Modalidades de Patrocinio o promoción de la cultura incluida en sus Cartas Magnas	Aplicación directa o indirecta Régimen que incentiva el apoyo cultural
Bolivia Paraguay Ecuador	Diversas Modalidades de Patrocinio o promoción	Régimen no declarado para el patrocinio cultural

**Producción de cine en Rep. Dominicana**



**Impacto Ley 108-10**

Crecimiento masivo ascendente hacia el 2017



INFOGRAFÍA No. 2.2. FUENTE: Elaboración propia / 2017

## 2.2.- MECENAZGO EN EL DESARROLLO DE LAS PERSONAS Y LA COMUNIDAD

La actividad de apoyar o apadrinar a las personas en alguna actividad cultural es una interrelación de hechos que entran en sinergia con las actividades productivas del ser humano a todo lo largo de la historia, donde el trabajo y el tiempo libre interaccionan para modificar la cultura a través del ocio. Aquí se hace referencia a la conexión del fenómeno del ocio con el mecenazgo. Y es que el ocio es un concepto que llevado a las prácticas se convierte en un catalizador espacio-tiempo para rescatar a los humanos de la cotidianidad proveniente de los excesos. Por tal motivo muchas naciones han entendido que la realización del ocio positivo permite una calidad de vida que se traduce en salud y placeres para la gente que lo ofrece y quien lo recibe.

De ahí la importancia de estudiar la relación del mecenazgo y la difusión de los beneficios del ocio en donde empresas dedicadas al desarrollo de la cultura intervienen en la efectividad de los resultados; relación que ha comenzado a estudiarse hace poco en Latinoamérica, en donde el ocio es visto y practicado de una manera un tanto diferente a Europa y Asia. Y es que, en estas latitudes, aún se dedican pocos recursos para estudiar este fenómeno. Al parecer, no se hace porque son pocos difundidos los beneficios que se derivan al intercambiar los servicios que producen las Industrias Culturales y Creativas (ICC), lo que ha motivado al sector privado y público tratar de conocer cómo impacta este hecho al Producto Interno Bruto (PBI). Es por lo que los países que conforman el Caribe Antillano han estado trabajando e invirtiendo en el desarrollo de sus pobladores, vinculando el ocio alrededor del turismo y sus múltiples formas de practicarlo, sin dejar de invertir en el fortalecimiento de las infraestructuras físicas que promocionan el turismo y el patrimonio nacional.

El crecimiento económico relacionado con ocio turístico se mantiene y crece en sus respectivos destinos de manera desigual. Según OTC (2017), a pesar de los desafíos políticos, económicos y de seguridad imperantes en los principales mercados de origen, el arribo de turistas a los países del área del Caribe aumentó un 4,2% frente al 3,9% del resto del mundo, aportando importantes ingresos al PIB de la región<sup>74</sup>.

---

<sup>74</sup> DATOS SUMINISTRADOS POR HUGO RILEY, secretario general de la Organización de Turismo del Caribe (OTC, 2017) Informó además que este aumento de 35,5 mil millones de dólares, cifra superior en 3,5 % a los estimados para el período ha sido sin precedente en la historia del turismo en los países del Caribe. Siendo Estados Unidos la región que se mantuvo como el principal mercado emisor con 14,6 millones de visitantes, aunque Europa registró la mayor tasa de crecimiento. Las llegadas de europeos (Inglaterra, Alemania, Francia y España...) subieron un 11,4 % para llegar a 5,6 millones, mientras que se contrajo un 3,4% el arribo de vacacionistas provenientes de Canadá, (principales emisores de turistas al Caribe).

En muchos países de Latinoamérica, ya se relacionan las ICC con las variantes de turismo interno y externo; la práctica del deporte, las manifestaciones religiosas, carnavalescas, las fiestas patrias y las actividades artísticas, las cuales para muchos son imposibles de acceder. Según los datos del Banco Central, y los niveles de inversión publicados por el Ministerio de Turismo el Gobierno de la República Dominicana demuestran haber entendido que el turismo en sus variadas prácticas mueve la economía local e internacional (Polanco, 2017). Y es aquí en donde es crucial conocer cómo el Estado demuestra estar consciente de ello, al facilitar recursos económicos en pro del desarrollo humano de la población. Como muestra de este compromiso político encontramos lo expresado por el presidente de la República Dominicana Danilo Medina en discurso ante la 71 Asamblea General de la ONU el 13 septiembre del 2016 del cual presentamos el siguiente fragmento:

Nuestra responsabilidad es seguir sacando a millones de personas de la pobreza, pero estableciendo las políticas de educación, salud, empleo y seguridad social que apuntalen lo conquistado y permitan seguir avanzando. Vivimos en una era de apertura comercial sin precedentes, y mi país, (...), como otros muchos, ha suscrito acuerdos de libre comercio con los principales bloques económicos. Esto debería ser mutuamente beneficioso y en muchos casos lo es. Sin embargo, (...), hay ocasiones en las que los países grandes caen en la hipocresía (...) Ahora se niegan a reducir el proteccionismo al interior de sus fronteras, al tiempo que en los tratados de libre comercio se lo exigen a sus contrapartes de los países en desarrollo, (...) es decir, es necesario revisar las reglas del juego entre países ricos y pobres". Debemos buscar un comercio más justo, también debemos buscar que los flujos financieros sean aliados del desarrollo y de la productividad (...) Vamos a seguir apostando por el intercambio mundial de bienes y servicios. Pero hagámoslo asegurándonos de que esos intercambios sean justos y en igualdad de condiciones, (...) Pero es necesario que se haga con las garantías de justicia y transparencia necesarias para que, a medio y largo plazo, esta inversión y este crecimiento estén al servicio de las grandes mayorías, de los pueblos, y no de unos pocos, Danilo Medina, (2016).

Lo citado anteriormente, refleja un hecho que toca a la mayoría de los países que componen el Caribe y a su vez deja expresada la justificación para continuar estudiando cómo interactúan en la sociedad la correlación del patrocinio cultural con las industrias del ocio, y las ICC para lograr el bienestar y la felicidad de la población.

### 2.2.1.- El mecenazgo como catalizador de bienestar

Antes de dilucidar sobre los propósitos de la actividad de los mecenas, es preciso definir primero el concepto felicidad, el cual se percibe como el propósito de quien practica el patrocinio, y que además es un término que tiende a ser subjetivo en su apreciación, ya que puede ser percibido en diferentes rangos y contextos socioculturales, pero que, a juicio de muchos estudios del tema, se puede cuantificar, como lo indican varias investigaciones realizadas durante los últimos cinco años de los cuales escogimos los siguientes estudios:

- I.- Índice de Experiencia Positiva 2015 (*Positive Experience Index*),  
*Gallup World Poll* (GWP)
  
- II.- Índice del Planeta Feliz 2016 (*Happy Planet index HPI*),  
*New Economics Foundation* (NEF)
  
- III.- Informe Mundial de la Felicidad 2017 (*World Happiness Report*),  
Organización de las Naciones Unidas (ONU)

El motivo de hacer referencia a estos tres estudios es que los mismos ofrecen una imagen de cómo se sienten las personas en un momento, y al mismo tiempo identifica áreas en donde los mecenas, filántropos y otros tipos de patrocinadores sociales se pueden apoyar para desarrollar proyectos que permitan cumplir con la eliminación de la brecha entre ricos y pobres. Con estos tres estudios se demuestra lo medible que es el bienestar y la felicidad de la gente, así como también lo útil que resultan para orientar hacia donde se debe planificar el desarrollo humano. Para completar la idea, mencionaré la relación de las industrias culturales y creativas con el ocio, y el papel de la educación del ocio en este ambiente, en donde su meta principal es la de procurar conocimiento que propicie cambios positivos para la mayor parte de la población.

Antes de ver los resultados de estos estudios, debo decir que desde hace aproximadamente diez (10) años se han realizado varias investigaciones sobre la felicidad los cuales revelan que esta se puede medir, siempre que lo hagamos desde otros conceptos como: bienestar, salud, comodidad, tranquilidad, seguridad, despreocupación, prosperidad, por tanto, me referiré a algunos de estos términos indistintamente cuando hable de felicidad.

**A) PRIMER ESTUDIO: ÍNDICE DE EXPERIENCIA POSITIVA EN EL MUNDO**

Para demostrar cuán medible es el bienestar, presento el “Índice de Experiencia Positiva”, un estudio que ha estado realizando la encuestadora Gallup World Poll (GWP), desde el 2012 cuando comenzó encuestando a 138 países y continuó en el 2014 aumentando a 143 países, cuyos datos publicó el 19 de marzo de 2015 en donde ha salido a relucir, la siguiente conclusión.

Según Jon Clifton (2015): Los latinoamericanos son los más positivos en el mundo, pues en esta región ocho de los diez países reportan tener las emociones más positivas en todo el mundo. Los residentes en Panamá, Colombia, Ecuador, Guatemala y Paraguay son los más propensos a informar que experimentan emociones positivas. (Ver Tabla No. 2.3). Esto se ha estado confirmando en los últimos años en los resultados del Índice de Experiencia Positiva (*Positive Experience Index. Gallup, 2015-2018*), en donde estos países aparecen constante a través de los años. Al parecer, en la mayoría de los países que poseen el grado más alto de felicidad son los de América Latina. Es incuestionable que el bienestar, es más el reflejo de un estado interior de las personas, que de las circunstancias externas (Traducción propia, ver original en el portal GWP).<sup>75</sup>

<b>TABLA No. 2.3</b>			
<b>ÍNDICE DE EXPERIENCIA POSITIVA EN EL MUNDO</b>			
<b>PAÍSES CON MAYOR EMOCIONES POSITIVAS</b>	<b>ÍNDICE (+) DE EXPERIENCIA</b>	<b>PAÍSES CON MENOR EMOCIONES POSITIVAS</b>	<b>ÍNDICE (-) DE EXPERIENCIA</b>
1.- Paraguay	89	1.- Sudan	47
2.- Colombia	84	2.- Tunisia	52
3.- Ecuador	84	3.- Bangladesh	54
4.- Guatemala	84	4.- Serbia	54
5.- Honduras	82	5.- Turkey	54
6.- Panamá	82	6.- Bosnia and Herzegovina	55
7.- Venezuela	82	7.- Georgia	55
8.- Costa Rica	81	8.- Lithuania	55
9.- El Salvador	81	9.- Nepal	55
10.-Nicaragua	81	10.-Afganistán	55

**FUENTE: Gallup World Poll (GWP) (2015), Traducción libre y datos organizados por LARS.-**

ITEMS DE LA ENCUESTA GWP-2015: 1.- ¿Ayer antes de esta prueba, se sintió bien? 2.- ¿Te trataron con respeto todo el día de ayer?, 3.- ¿Te sonreíste o reíste mucho ayer?, 4.- ¿Aprendiste o hiciste algo interesante ayer?, 5.- Experimentaste algo placentero o divertido durante el día de ayer? Gallup preguntó adultos en 143 países en el año 2014 si tuvieran cinco experiencias positivas en el día anterior a la encuesta. Más del 70% de las personas en todo el mundo dijo que experimentaron una gran cantidad de disfrute, sonreían o reían mucho, sintieron bien descansados y se sintieron tratados con respeto. Además, el 50% de las personas dijeron que aprendieron o hicieron algo interesante el día antes de la entrevista. Encuesta publicada el 19/03/2015, en el Portal Gallup.com

<sup>75</sup> WASHINGTON, D.C. - As the world marks the third annual International Day of Happiness on Friday, the happiest people on the planet might be Latin Americans. People in Latin America are the most likely in the world to experience a lot of positive emotions on a daily basis, according to Gallup's Positive Experience Index. In fact, for the first time in Gallup's 10-year history of global tracking, all of the top 10 countries with the highest Positive Experience Index scores are in Latin America. Jon Clifton, Gerente de Gallup World Poll: <http://news.gallup.com/authors/item.aspx?a=139397> Portal, GWP, 2015: [http://news.gallup.com/poll/182009/mood-world-upbeat-international-happinessday.aspx?utm\\_source=World&utm\\_medium=newsfeed&utm\\_campaign=tiles](http://news.gallup.com/poll/182009/mood-world-upbeat-international-happinessday.aspx?utm_source=World&utm_medium=newsfeed&utm_campaign=tiles)

El resultado del Índice de Experiencia Positiva 2015 presenta a los 10 países que obtuvieron los primeros lugares en el año 2014, al preguntar a una muestra representativa de cada país sobre, si tuvieron cinco experiencias positivas en el día anterior a la encuesta. Cuyo resultado dio que más del 70% de las personas en todo el mundo afirmaron que experimentaron: 1) Una abundancia de diversión, 2) Sonreía o reían mucho, 3) Se sintieron bien descansado, 4) Se sintieron tratados con respeto y 5) Las personas dijeron que aprendieron o hicieron algo interesante el día anterior a la entrevista. La GWP compiló las respuestas positivas de estas cinco (5) variables en la puntuación que presentamos como el índice de experiencia positiva en el mundo. Lo expresado en la Tabla No.3.2<sup>76</sup>, se puede comparar con lo afirmado por múltiples investigaciones que se sintetizan en estos tres puntos del “Decálogo del Ocio”<sup>77</sup> (Cuenca; Bayón & Madariaga, 2011) (ver Anexo I).

**No.3.- EL OCIO ES UN ÁREA DE EXPERIENCIA, UN RECURSO DE DESARROLLO Y UNA FUENTE DE SALUD.** El ocio, en sus diferentes opciones (ocio activo, sustancial, ocio creativo y ocio solidario), es un recurso importante para el desarrollo personal, social y económico y un indicador de la calidad de vida. Además, el ocio es también una industria cultural que crea empleo, bienes y servicios. Por ello, es preciso hacer del mismo una experiencia humana valiosa.

**No.4.- TODA EXPERIENCIA DE OCIO TIENE COMO MARCO DE REFERENCIA A LA PROPIA PERSONA Y PRESENTA UN PREDOMINIO EMOCIONAL.** Sin negar su carácter social, para entender el significado de la experiencia de ocio es esencial partir de la persona que la experimenta y considerar que, al encuadrarse en el mundo de las emociones, es muy importante cultivarla desde el afecto.

**No. 5.- EL OCIO HA DE ESTAR INTEGRADO EN LA ESCALA DE VALORES Y EN LO MODOS DE VIVIR DE LAS PERSONAS.** El ocio es uno de los espacios más idóneos para el desarrollo y la vivencia de valores. Se trata de un valor en sí mismo, pero de un valor subordinado a otros más amplios como la felicidad o la autorrealización personal. El valor central en la vivencia de un ocio experiencial y humanista es la dignidad de la persona; de él se desprenden los demás valores.

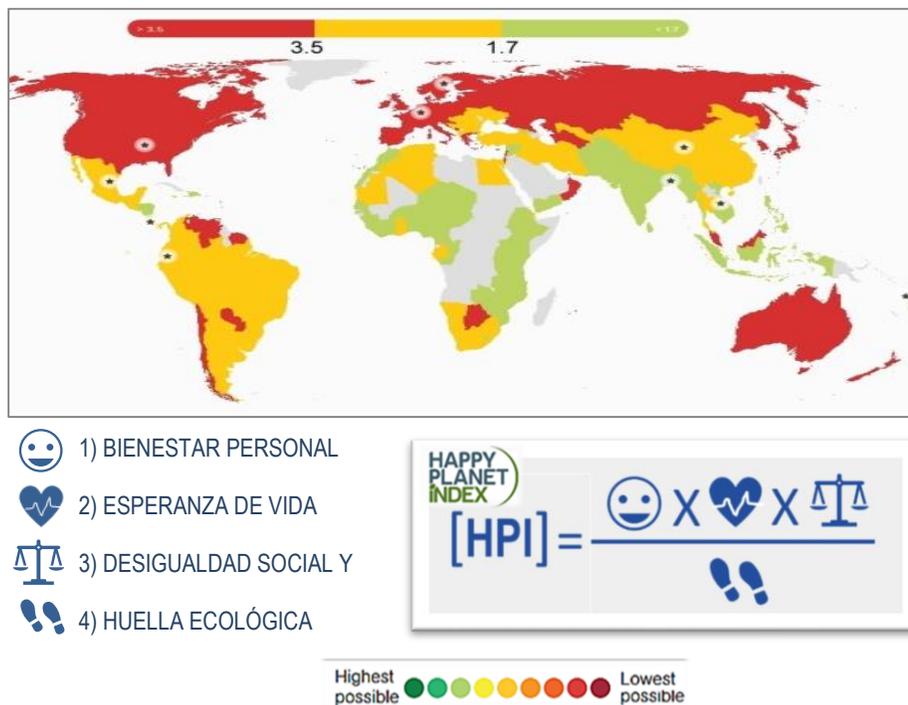
---

<sup>76</sup> FUENTE: Gallup World Poll (GWP) (2014). [http://www.gallup.com/poll/182009/mood-world-upbeat-international-happiness-day.aspx?utm\\_source=World&utm\\_medium=newsfeed&utm\\_campaign=tiles](http://www.gallup.com/poll/182009/mood-world-upbeat-international-happiness-day.aspx?utm_source=World&utm_medium=newsfeed&utm_campaign=tiles)

<sup>77</sup> ACLARACIÓN: Solo se incluyeron los numerados 3, 4 y 5 por considerar que aclaran lo expresado en el párrafo, los puntos No. 1.- EL OCIO ES UN DERECHO HUMANO BÁSICO, y el No. 2.- EL OCIO CONTRIBUYE AL EJERCICIO DE UNA CIUDADANÍA DEMOCRÁTICA y los siete puntos restantes se definen en Anexos.

**B) SEGUNDO ESTUDIO: EL ÍNDICE DEL PLANETA FELIZ**

Las anteriores aseveraciones del equipo de investigación del Instituto de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto se confirman en un reciente estudio que se refiere indirectamente al ocio a través de la obtención de tranquilidad, seguridad y la despreocupación, es el que la *New Economics Foundation* (Fundación de la Nueva Economía) ha estado haciendo desde el 2012, bajo el título *Happy Planet Index*<sup>78</sup>. En este informe del “HPI” se puede decir que cuando se habla de experiencias positivas en estas mediciones se refieren a las que han sido obtenidas por verdaderas prácticas de ocio al procurar bienestar y felicidad mediante experiencias creativas, lúdicas, festivas, solidarias y de vivencias medioambientales. La Fundación de la Nueva Economía (NFE) publicó importantes datos en su edición de 2016, en donde se evaluó a 140 países del globo terráqueo, sobre la felicidad experimentada por sus habitantes, a través de cuatro (4) variables que mostramos en la Infografía No. 2.3.



INFOGRAFÍA No. 2.3. HPI

<sup>78</sup>LA NEW ECONOMICS FOUNDATION, (NEF) aplica cada año este sondeo denominado ÍNDICE DEL PLANETA FELIZ (HPI, siglas de Happy Planet Index), que se refiere a la medida global que cuantifica el bienestar sostenible de los países. El propósito de HPI es observar y medir los hechos que resultan al lograr una “vida prolongada, feliz y sostenible” para las personas que habitan en los pueblos objeto de estudio. El índice es una medida de eficiencia que clasifica “cantidad de larga vida y la felicidad” para lo cual hasta el 2015 tomaba tres grandes variables independientes que aportan datos globales sobre: a) la esperanza de vida, b) el bienestar personal y c) la huella ecológica. Para el 2016 ha decidido incluir la medición de la “Desigualdad Social”, para así obtener otros datos y dar mayor confiabilidad a las investigaciones de HPI.

El índice de felicidad en las personas que ocupan la geografía del planeta se puede apreciar en la Tabla No. 2.4, en la que se presenta dentro de los primeros 30 puestos, 12 países latinoamericanos. En esta clasificación ( *Ranking Top 30* ) República Dominicana ocupa el lugar 45 / 140 del universo, lo que quiere decir que cumple un 30.3% con un índice de aceptación en esta medición; Haití ocupa el lugar 57, con un promedio de 28.6 de HPI; Puerto Rico<sup>79</sup>, no presenta datos, por ser un “Estado Libre Asociado a EEUU”, su lugar en ese ranking es el 108, con un HPI de 20.7; Cuba no presenta ningún dato, pues no fue medido. Sin embargo, hemos hecho un cuadro comparativo para el Caribe Insular a partir de la medición que hizo esta institución en el 2015, y otras encuestadoras que miden el progreso a través de la inversión en salud y educación (Ver Tabla. No. 2.5 en la próxima página).

Countries by Region						HAPPY PLANET INDEX	
PAISES POR REGIÓN							
HPI Rank	Country	Life Expectancy	Well-being (0-10)	Footprint (gha/capita)	Inequality of outcomes	Happy Planet Index	
LATINOAMERICAY EL CARIBE		ESPERANZA DE VIDA	BIENESTAR PERSONAL	HUELLA ECOLÓGICA	DESIGUALDAD SOCIAL	INDECE DEL PLANETA FELIZ	
	LUGAR						
1	Costa Rica	79.1	7.3	2.8	15%	=	44.7
2	Mexico	76.4	7.3	2.9	19%	=	40.7
3	Colombia	73.7	6.4	1.9	24%	=	40.7
6	Panama	77.2	6.9	2.8	19%	=	39.5
7	Nicaragua	74.3	5.4	1.4	25%	=	38.7
10	Ecuador	75.4	6.0	2.2	22%	=	37.0
11	Jamaica	75.3	5.6	1.9	21%	=	36.9
14	Uruguay	76.9	6.4	2.9	18%	=	36.1
17	El Salvador	72.5	5.9	2.1	22%	=	35.6
19	Argentina	75.9	6.5	3.1	16%	=	35.2
21	Peru	74.1	5.8	2.3	21%	=	34.6
23	Brazil	73.9	6.9	3.1	22%	=	34.3
26	Guatemala	71.4	5.9	1.9	27%	=	34.2
27	Belize	69.8	6.1	2.5	18%	=	33.8
29	Venezuela	73.9	7.1	3.6	19%	=	33.6
35	Chile	81.1	6.6	4.4	14%	=	31.7
45	Dominican Republic	73.1	4.8	1.5	30%	=	30.3
57	Haiti	62.1	4.4	0.6	37%	=	28.6
65	Honduras	72.8	4.6	1.7	31%	=	27.2
75	Suriname	70.8	6.3	4.3	19%	=	25.4
85	Canada	81.7	7.4	8.2	9%	=	23.9
91	Paraguay	72.6	5.8	4.2	22%	=	23.3
92	Bolivia	67.5	6.0	3.0	35%	=	23.3
108	United States of America	78.8	7.0	8.2	13%	=	20.7
130	Trinidad and Tobago	70.1	6.4	7.9	21%	=	15.7

FUENTE: HPI, EDF 2016, Publicado en 2017, traducción LARS

TABLA No. 2.4. ÍNDICE DE FELICIDAD EN EL PLANETA DE 25 PAISES DE LATINOAMERICA Y EL CARIBE

<sup>79</sup> NOTA: Los datos de Puerto Rico se encuentran incluidos en los de Estados Unidos de Norte América, los mismos no están desagregados, por tal razón no se puede comparar con los países del Caribe y las Antillas Mayores. Pero según nuestras experiencias y otros datos que externamos más adelante, Puerto Rico está en el 4to lugar.<sup>79</sup> Es preciso aclarar que en esta medición del 2015 se tomó tres indicadores, a diferencia de la realizada en el 2016 que sí se incluyó la variable desigualdad social.

TABLA No. 2.5

## "TOP FIVE" PAÍSES MÁS FELICES DE LAS ANTILLAS MAYORES DEL CARIBE AMERICANO

PAÍSES DEL CARIBE ANTILLANO	DESIGUALDAD SOCIAL 	HUELLA ECOLÓGICA 	EXPERIMENTADO BIENESTAR 	ESPERANZA DE VIDA 	ÍNDICE HPI
1.- Jamaica	21%	1.9	5.6	75.3	36.9
2.- Cuba	(*)	(2*)	(1*)	(3*)	---,--
3.- República Dominicana	30%	1.5	4.8	73.1	30.3
4.- República de Haití	37%	0.6	4.4	62.1	28.6
5.- Puerto Rico*	13%	8.2	7.0	78.8	20.7

FUENTE: Happy Planet Index (HPI) Tercera publicación (2015) y Gallup World Poll (GWP) (2014). Datos acomodados por LARS.-

Cuba no aparece en los listados que son realizados por empresas que tienen relaciones con los EEUU. Sin embargo se pueden ubicar datos en otras mediciones, cuyos orígenes provienen del turismo, la inversión en educación, salud y medio ambiente. Ubicamos esos datos en renglones como: La educación, la salud, la cultura o el deporte los cuales siempre ha sido una prioridad en Cuba y los resultados son excepcionales. (3\*) Con una tasa de alfabetización del 99,8%, la isla exhibe la tasa de analfabetismo más baja de Latinoamérica, según la UNESCO, para el 2017 invertirá el 51% será destinado a educación, salud y asistencia social. Según el ministro de turismo Cuba registro 4,2 millones de visitantes hasta el 26 de noviembre del 2017. Así mismo los niveles ecológicos, (1\*) los aspectos sociales y (\*) económicos están controlados. (3\*) En la medicina a logrado avances lo que ha hecho que Cuba se destaque del resto del mundo, 7 abr. 2016. Pese a los niveles de pobreza de Cuba, sus habitantes se encuentran entre las personas más sanas y longevas del mundo, y sus avances médicos han sido exportados a otros países. [Leyenda: (\*) Tema en estudio, (1\*) Regular (2\*) Buena (3\*) Muy Buena] [www.huffingtonpost.es/2016/04/07/innovaciones-medicina-cuba\\_n\\_9580294.html](http://www.huffingtonpost.es/2016/04/07/innovaciones-medicina-cuba_n_9580294.html) <http://www.cubadebate.cu/noticias/2015/03/15/segun-el-banco-mundial-cuba-es-el-pais-del-mundo-que-invierte-mas-en-educacion/#.WlkwuqjiZPY>

## C) TERCER ESTUDIO: INFORME MUNDIAL SOBRE FELICIDAD

Otro de los esfuerzos institucionales para promover la felicidad a través de eventos culturales y mediciones que siguen corroborando lo cuantificable de las emociones, son las publicadas por la Organización de las Naciones Unidas (ONU). Esta institución realiza programas desde el 12 de Julio de 2012, fecha en que se propuso "El Día Internacional de la Felicidad"<sup>80</sup>, para reconocer la importancia de ese sentimiento en todas las personas alrededor del mundo. Una realidad que se espera lograr con la eliminación de la brecha entre ricos y pobres, al ir alcanzando gradualmente los 17 objetivos de Desarrollo Sostenible<sup>81</sup> que buscan reducir la pobreza, la inequidad y proteger el planeta para las tres

<sup>80</sup> EL DÍA INTERNACIONAL DE LA FELICIDAD, fue instaurado por la ONU en 2012 a petición del país Bután que adoptó como estadística oficial la "Felicidad Nacional Bruta" (FNB), en lugar del Producto Interno Bruto (PIB) el cual se ha estado celebrando los 20 de marzo de cada año, celebración que está tomando cada vez más relevancia al ser reconocido este día especial por asociaciones e instituciones públicas y privadas que se toman en serio este tipo de mediciones. Fue proclamado por la Asamblea General en 2013, establecido el Consejo de dirección por personalidad de cada país miembro de la ONU, quienes se reunirán personalmente dos veces al año y someterán un informe anual a la Asamblea General de la ONU en septiembre de cada año. <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2017/03/la-onu-celebra-el-dia-internacional-de-la-felicidad/>

<sup>81</sup> 17 OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE, (2015, ONU) Agenda aprobada en el 2030 para que los países y sus sociedades emprendan un nuevo camino con el fin de mejorar la vida de todos, sin dejar a nadie atrás. La Agenda cuenta con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible: 1. Fin de la pobreza, 2. Hambre cero, Salud y bienestar, 4. Educación de calidad, 5. Igualdad de género, 6. Agua limpia y saneamiento, 9. Industria, innovación e infraestructura, 7. Energía asequible y no contaminante, 8. Trabajo decente y crecimiento económico, 10. Reducción de las desigualdades, 11. Ciudades y comunidades sostenibles, 12. Producción y consumo responsable, 13. Acción por el clima, 14. Vida submarina, 15. Vida de ecosistemas terrestres, 16. Paz, justicia e instituciones sólidas, Alianzas para lograr los objetivos. <http://www.psu.org/ve/temas/noticias/conozca-17-objetivos-desarrollo-sostenible-onu/#.WlbpL6jiZPY>

primeras décadas de ese siglo XXI, estos logros están encaminados a ir logrando durante este período bienestar y felicidad de los habitantes del planeta.

Estos diecisiete (17) objetivos, con 169 metas, recuerda entre otras cosas el compromiso de destinar el 0,7% del PIB a la ayudar a desarrollar a los más necesitados y llamar a “movilizar recursos financieros adicionales procedentes de múltiples fuentes” para los países pobres. Dentro de estas series de programas socioculturales declaró Ohoud Al Roumi, ministra del Estado para la Felicidad de Emiratos Árabes Unidos: “Crear un ambiente con educación, salud, oportunidades de trabajo, protección ecológica, y crecimiento de la economía son factores que juegan un papel importante en la felicidad de los ciudadanos alrededor del mundo” (ONU, 2017).

En el marco la celebración del Día Internacional de la Felicidad (2017) se lanzó el Consejo Global de la Felicidad en la sede de Naciones Unidas, en Nueva York. El propósito de este Consejo es apoyar a los gobiernos en la implementación de mejores prácticas para promover la alegría y el bienestar a través de esfuerzos de investigación, estudios científicos y encuestas internacionales. También se reveló el Reporte de la Felicidad 2017 en el cual se encuestaron 155 países sobre la calidad de vida, la economía y la libertad. En cuyo informe Noruega se reportó como el país más feliz del mundo. El segundo lugar en la lista lo ocupa Dinamarca, seguido por Islandia, Suiza, Finlandia, Holanda, Canadá, Nueva Zelanda, Australia y Suecia. Dentro los países mejores posicionados de Latinoamérica y el Caribe se encuentran en primer lugar Costa Rica, ocupando el lugar doce (12); esto se debe a que una mayoría de la población tiene acceso a cobertura médica, educación y servicios públicos básicos. Es el país más feliz del mundo, superando a países desarrollados como Austria y Estados Unidos.

Chile se encuentra en la posición 20, Brasil en la 22, Argentina en la 24 y México en 25, para completar los cinco (5) países con índices de felicidad más altos que Francia o España. República Dominicana se encuentra en el lugar ochenta y seis 86, con un índice de 5.230; la República de Haití está en el 145, con un índice de 3.603, es el país menos feliz de la región del Caribe, Jamaica está en el lugar 76, con 5.311. Por otro lado, Puerto Rico como “país libre asociado” de Estados Unidos, refleja el lugar 14, con un índice 6.993. De Cuba no se publican datos en esta medición. Ver Gráfico No. 2.1 donde se presentan los niveles de felicidad de los países de Latinoamérica y el Caribe, Costa Rica los lidera y Haití se encuentra en la posición más baja.

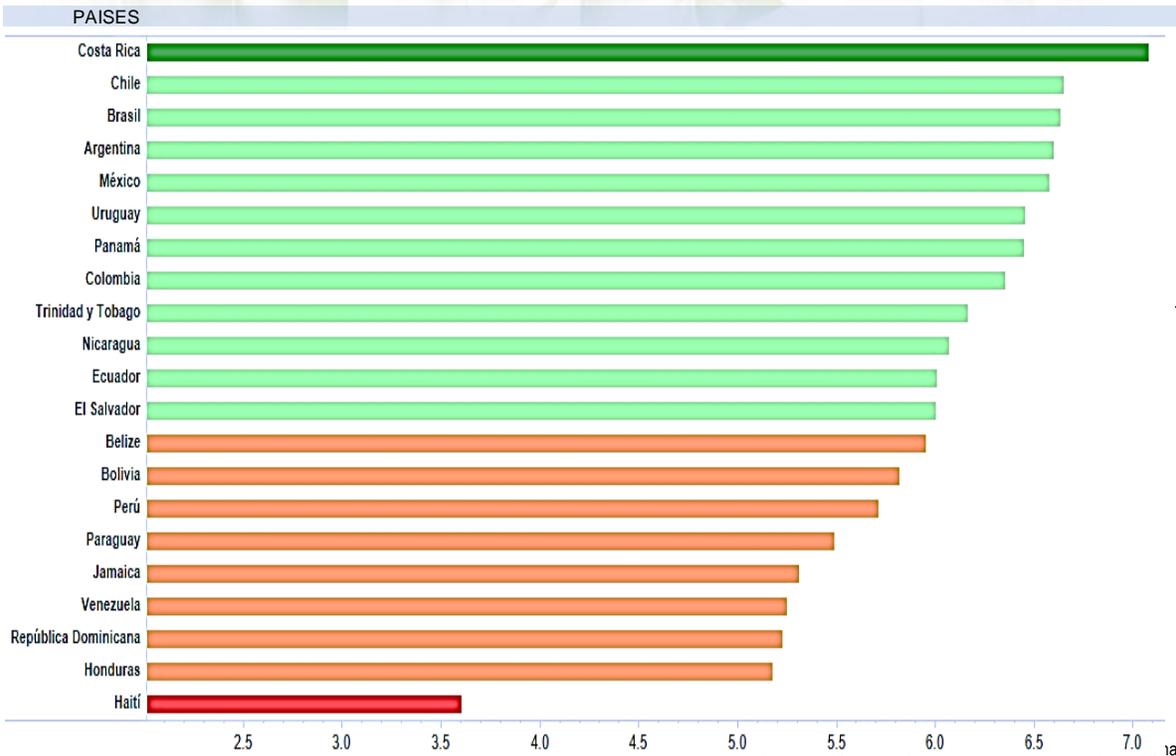


GRÁFICO No. 2.1. PAÍSES MÁS FELICES DE LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE-2017

En una anterior medición realizada por Gallup (2016) se aprecian los índices de experiencias positivas de quince (15) países en donde las personas son más felices y los quince (15) de menores índices. En el conjunto aparecen dos países del Caribe americano, pues las variables utilizadas se relacionan con aspectos sociopolíticos, (ver Tabla No. 2.6).

TABLA No. 2.6

**PAÍSES CON MAYORES EMOCIONES POSITIVAS DEL MUNDO**

LOS QUINCE MAS FELICES	INDICE (+) DE EXPERIENCIA	LOS QUINCE MENOR FELICES	INDICE (-) DE EXPERIENCIA
1.- Noruega	7,537	141. Afghanistan	3.794
2.- Dinamarca	7,522	142. Botswana	3.766
3.- Islandia	7,504	143. Benin	3.657
4.- Suiza	7,494	144. Madagascar	3.644
5.- Finlandia	7,469	145. Haiti	3.603
6.- Países Bajos	7,377	146) Yemen	3.593
7.- Canadá	7,316	147) Sudán del Sur	3.591
8.- Nueva Zelanda	7,314	148) Liberia	3.533
9.- Australia	7,284	149) Guinea	3.507
10.- Suecia	7,284	150) Togo	3.495
11. Israel	7.213	151) Ruanda	3.471
12. Costa Rica	7.079	152) Siria	3.462
13. Austria	7.006	153) Tanzania	3.349
14. United States	6.993	154) Burundi	2.905
15. Ireland	6.977	155) República Centroafricana	2.693

FUENTE: ONU (GWP, 2016)

El informe del Desarrollo de Soluciones de Redes Sostenible (SDSN) se basó en seis factores para elaborar el ranking: 1.-Ingreso per cápita, 2.-Salud, 3.-Expectativa de vida, 4.-Libertad, 5.-Generosidad, y 6.-Apoyo social en un entorno de mínima corrupción en las instituciones privadas y del Gobierno. "El Promedio de estas variables indicaron los niveles de felicidad y bienestar en los países que tienen un equilibrio saludable de prosperidad medida convencionalmente, y capital social, que significa un alto grado de fe en la sociedad, baja desigualdad y confianza en el Gobierno" (Jeffery Sachs, director del SDSN y asesor especial del secretario general de la ONU).

<https://blogs.iadb.org/wp-content/blogs.dir/74/files/2017/04/Happiness2-ES.png>

**D) VISIÓN DE CONJUNTO DE LOS RESULTADOS DE LOS TRES ESTUDIOS SOBRE BIENESTAR Y FELICIDAD**

Como se puede apreciar en la anterior Tabla No.2.6, los países que lideran los primeros lugares son países del primer mundo (Europa y Norteamérica), salvo Costa Rica que se encuentra en el 12<sup>vo</sup> lugar. Esto se debe a que los indicadores usados en esta medición dominan los intereses económicos y los aspectos de relativa seguridad, pues los primeros lugares pertenecen a países que no han tenido conflictos bélicos en muchos años, razón por la cual se puede observar a EEUU en el 14<sup>avo</sup> lugar, muy por debajo de Canadá que está el 7<sup>mo</sup>, Siendo EEUU un país con mayor PIB que Canadá. (ver Gráfico No. 2.2).

En los tres menos felices, se encuentran los que económicamente no pueden experimentar bienestar, ni tienen clara una esperanza de vida, pero, aun así, esto no impide que en sus momentos de tiempo libre no practiquen algún tipo de ocio que les reporte cierto beneficio de descanso, diversión, desarrollo personal o de simple entretenimiento.



Dólares estadounidenses convertidos a euros en fecha del 4 de julio de 2017 (1 Euro = 0.88USD) FUENTE: Banco Mundial

GRÁFICO No. 2.2. PAÍSES QUE REPRESENTAN REGIONES CON MAYOR PIB EN EL MUNDO EN EL AÑO 2017

En una anterior consulta sobre los países con mayores emociones positivas, realizado por la GWP en el 2014 los datos de la medición: “Índice de Experiencia Positiva”<sup>82</sup>, salió a relucir, que los latinoamericanos son los más positivos en el mundo, pues no tienen reservas en reportar sus emociones positivas. En esa ocasión ocuparon los primeros lugares Panamá, Colombia, Ecuador, Guatemala y Paraguay. Esta primacía se mantiene en el 2015, los pueblos latinoamericanos ocuparon los primeros lugares (Tabla No. 2.3. Paraguay, Colombia, Ecuador, Guatemala, Honduras, Panamá, Venezuela, Costa Rica, Salvador y Nicaragua).

El Estudio III titulado “Informe Mundial sobre Felicidad 2017” (ONU 2016) reveló datos interesantes sobre el comportamiento de los latinoamericanos respecto a la gestión del bienestar y la felicidad. Con relación a los resultados de esta investigación, Pilar Couci (2017) informó que los países que experimentaron un crecimiento económico significativo, como Estados Unidos y China, sufrieron una caída en sus niveles de felicidad. Aquí el recurso económico demuestra que no es lo prioritario para motivar bienestar en la población. América Latina es un caso atípico: obtuvo un puntaje de 6,3 (en una escala de 0 a 10), 0,6 más alto de lo que predecía el modelo usado en el informe. Su nivel de felicidad estuvo por encima del promedio global de 5,3 y fue el más alto de la región.

El Informe Mundial sobre Felicidad 2017 volvió a mostrar que la región tiene niveles de bienestar más altos de lo que podría predecir su PIB, y algunos países de América Latina tienen un índice de felicidad más alto que países desarrollados de Europa Occidental. ¿Qué rasgos de la región hacen felices a sus ciudadanos? La respuesta parece apuntar a su capital social: activos intangibles pero invaluable como la amistad, la familia o la religión, que llenan nuestras vidas y que el dinero nunca podría reemplazar (Conci, 2017).

<sup>82</sup> FUENTE: Gallup World Poll (GWP) (2015). [http://www.gallup.com/poll/182009/mood-world-upbeat-international-happiness-day.aspx?utm\\_source=World&utm\\_medium=newsfeed&utm\\_campaign=tiles](http://www.gallup.com/poll/182009/mood-world-upbeat-international-happiness-day.aspx?utm_source=World&utm_medium=newsfeed&utm_campaign=tiles)

Partiendo de que todos los estudios mencionados anteriormente en este capítulo II, solo son medición de instantes, que nos dan una especie de radiografía sociocultural, las cuales debemos tomar sin hacer juicios más allá de ver una realidad momentánea. Sobre todo tomando en cuenta que estas mediciones son siempre producidas por partes interesadas, que hacen esfuerzos para administrar los recursos naturales materiales e inmateriales que mueven la economía mundial. En estas mediciones se puede advertir que los resultados son viables y utilizables en función de las variables que se hayan observado para medir el bienestar y felicidad en el planeta. Muy bien podría decir que cuando se habla de experiencias positivas en estas mediciones se hace referencia a las que han sido obtenidas por verdaderas prácticas de ocio, pero teniendo presente que las personas tienen demandas desiguales las realidades de todos los países son diferentes por tal razón los resultados siempre han de cambiar.

Por ejemplo, en el año 2012 se destacó Costa Rica ocupando el primer puesto en el Índice del Planeta Feliz 2012, en la encuesta realizada por IPSOS en el año 2014 fue Indonesia y según el Informe Mundial de la Felicidad de la ONU realizado en 2013, el país más feliz era Dinamarca. Si comparamos los resultados publicados en el Informe Mundial de la Felicidad desde 2015 al 2018, uno de los aspectos que llama la atención es que los diez (10) primeros países más felices coinciden con los actuales, solo que cambia su posición ligeramente. En la última medición realizada en el 2017 y publicada para celebrar el Día Internacional de la Felicidad, la República Dominicana ocupó el puesto ochenta y tres (83) de ciento cincuenta y seis (156) países, mientras que en el 2015 y 2016 ocupó el ochenta y nueve (89), lo quiere decir, que continúa acercándose para ser del “*Top 10*” de los países más felices de América Latina y el Caribe, (17<sup>vo</sup> lugar), (Helliwell; Layard & Sachs, 2018).<sup>83</sup>

Si bien es cierto que estas mediciones tienen rigor científico, los datos varían al aplicarse a diferentes regiones del mundo, en donde se incluyen o no variables que afectan lo que cada ciudadano cree saber sobre es su propio bienestar y los de la comunidad. Y es que, los índices y modelos para medir la felicidad se han multiplicado en los últimos años hasta el punto de que algunos ya hablan de una industria de la felicidad que compite por ganarse un puesto en la carrera por evaluar el grado de bienestar (Cavanna, 2013). Lo cierto es que

---

<sup>83</sup> NOTA: Según la lista de la Red de Soluciones para un Desarrollo Sostenible, que trabaja en conjunto con la ONU. Solo un país latinoamericano logró entrar en el top 20 de los más felices del mundo y no hay ninguno en los primeros 10. Costa Rica, fue ese país que ocupó puesto No.13, es el país más feliz de la región. México, alcanzó el lugar 24, y Chile el 25, Panamá el 27, Brasil el 28, Argentina el 29 y Guatemala, el 30 quedando en este orden en un Top “30” los pueblos más felices de América latina y el Caribe. <http://cnnespanol.cnn.com/2018/03/15/paises-mas-felices-2018-informe-latinoamerica/>

estos mismos Ranking son consistentes para América, pues al parecer los habitantes más felices del planeta podrían ser latinoamericanos. Así lo refiere John Clifton (2015) gerente general de la encuestadora Gallup en su portal web.

La gente en América Latina son los más probables en el mundo para experimentar una gran cantidad de emociones positivas sobre una base diaria, de acuerdo con la positiva evaluación de la experiencia de Gallup. De hecho, por primera vez en 10 años de historia, de Gallup da seguimiento global, los 10 países con más altos puntajes en el índice de experiencia positiva se encuentran en América Latina (Clifton, 2015).

Carlos Santiso, (BID, 2017)<sup>84</sup> afirmó: Latinoamérica tiene el 9 % de la población mundial y registra un tercio de las víctimas de homicidios a nivel global. Cada mes mueren 11,000 personas. Es una tragedia humana y económica que afecta a la población más joven. A pesar de que la región tiene uno de los índices más altos de asesinatos del mundo y una amplia brecha entre ricos y pobres, sin dejar de afirmar que hay notables mejoras en relación con otros años, América Latina cuenta con los habitantes más felices del mundo y con el registro más alto de energía positiva.

Entonces la gente más feliz del mundo no está en Qatar, una de las naciones de mayor riqueza económica según varios criterios de evaluación. Tampoco reside en Japón, el país con la mayor esperanza de vida, ni en Canadá, que pese a ser líder mundial en el número de graduados de la educación superior no figura siquiera en los 10 primeros puestos, cuando de felicidad se trata. (Weissenstein, 2012).

Esto coincide con otras mediciones que se han hecho sobre el consumo cultural en la región, donde se gestiona la cultura a través de algún tipo de patrocinio religioso, altruista o comercial, casi siempre administrada por una ley de mecenazgo, o acuerdos sustentados en alguna ley constitucional. Es por lo que resulta importante preguntarnos: ¿De qué depende la felicidad? Y una posible respuesta podría ser: Que depende de la buena gestión de tiempo donde se pueda practicar un ocio positivo (Autotélico, Humanista y Valioso). Que en muchos de los casos es facilitado por mecenas, filántropos o patrocinadores de nuevo acuña, como los son las estrategias de colaboración abierta. Jeff Howe (2006).

---

<sup>84</sup> CARLOS SANTISO, jefe de la División de Capacidad Institucional del Estado del Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2017). "Las elevadas tasas de violencia y criminalidad en América Latina y el Caribe le cuestan a la región 261,000 millones de dólares al año, lo que supone el 3.55% del PIB, y es el doble del promedio de los países desarrollados. Esta cifra aglutina los costes del crimen en tres categorías: costos sociales por homicidios e ingresos cesantes de la población carcelaria (0.64%), gastos del sector privado en seguridad (1.37%); y gastos fiscales, que incluyen policías y cárceles (1.51%)".

(*Crowdsourcing*, micromecenazgo o micro patrocinio entre otros. Ver en páginas anteriores las Tablas Números. 2.1 y 2.2.).

### 2.2.2.- Papel de las Industrias Culturales y Creativas en la viabilidad del buen ocio

Antes de adelantarnos en este punto es importante definir conceptos que son cruciales para la propagación de las Teorías del Ocio Valioso en el Caribe Antillano, los cuales se difunden dentro de “(...) la tendencia actual de la dilución del concepto de industrias culturales en fórmulas como: industrias del ocio, industria del entretenimiento o incluso industrias creativas” (Rodríguez Ferrándiz, 2011, p.149). Estos términos suelen usarse indistintamente por muchos autores e instituciones que difunden y promueven la cultura. Sus significados han ido aceptándose en la medida que avanza la economía y el desarrollo humano en esta Cuarta Revolución Industrial. De estos conceptos solo definiremos los relacionados con las empresas culturales y las creativas. Los términos industrias del ocio e industrias del entretenimiento no se definirán como tales, pues son usados en esta tesis como como sinónimos para hacer referencias de manera general a lo que vamos a definir según el informe de la Economía Creativa, UNESCO (2013a).

Trascurrido un poco más de cinco décadas de haber surgido la cultura de los *mass media*<sup>85</sup> a partir de mediados de siglo pasado, estos conceptos tenían un sentido más cercano con las empresas dedicadas a la comunicación y al espectáculo. Hoy a casi dos décadas del siglo XXI estos términos han sido superados por el de Industrias Culturales y Creativas.

El término “industrias culturales” apareció en los primeros trabajos realizados por la Escuela de Frankfurt en las décadas de 1930 y 1940, periodos en el cual se denunció mordazmente la mercantilización del arte en tanto que aportaba una legitimación ideológica a las sociedades capitalistas. Así como la aparición de una industria cultural popular, que fue fortaleciéndose hasta la década de 1980, momento en el cual el término industrias culturales empezó a ser utilizado en círculos políticos y académicos como una calificación positiva. También se puede utilizar el término empresas culturales para identificar aquellas que forman parte de sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial. UNESCO (2013a).

---

<sup>85</sup> Término acuñado por **Herbert Marshall McLuhan**, (1911-1980) filósofo, erudito y profesor canadiense.

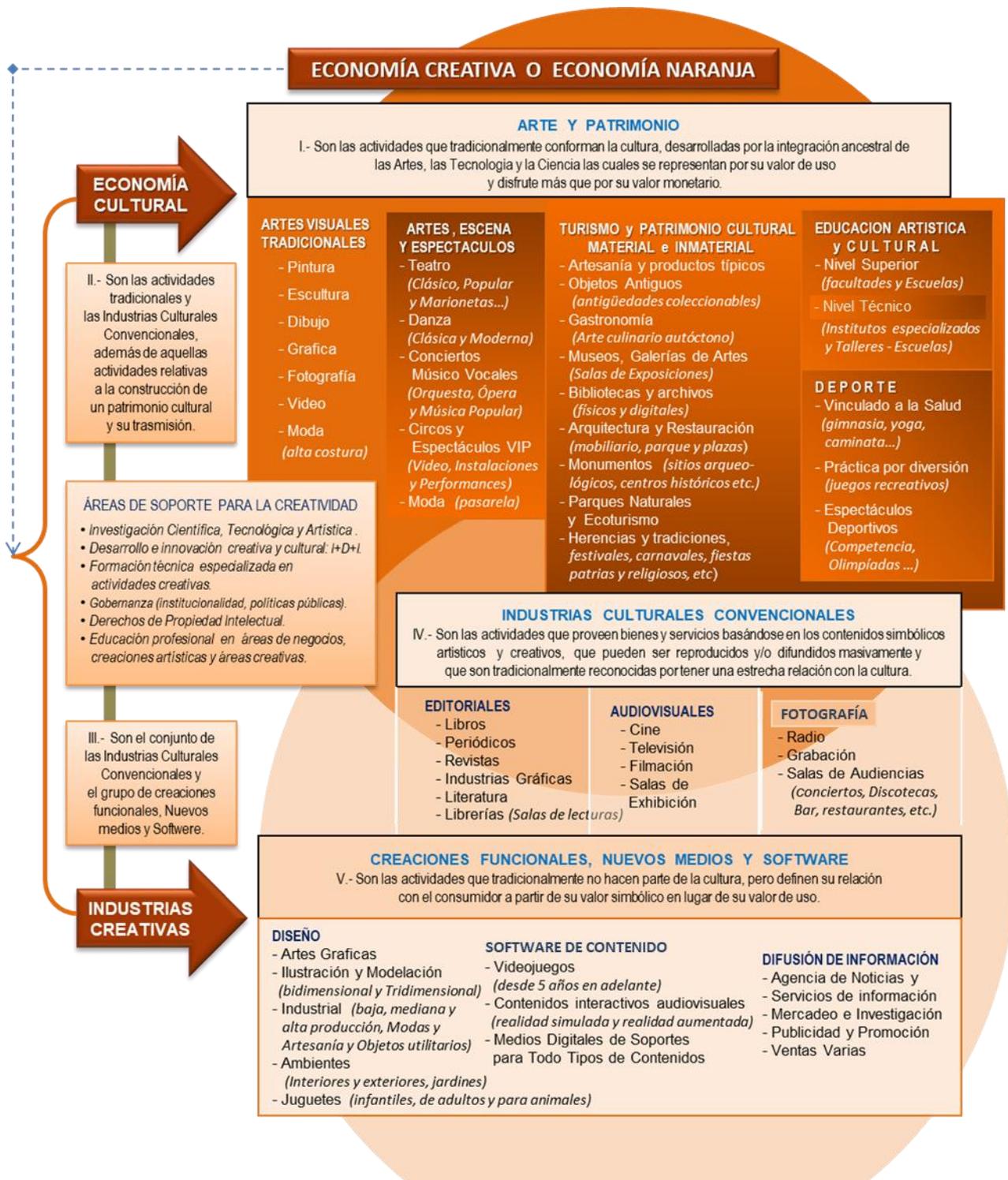
La otra expresión que debemos tener claro su significado es “industrias creativas”, el cual empezó a introducirse en la formulación de políticas cultural nacional de Australia a principios de 1990, seguida por el influyente Ministerio de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte del Reino Unido, que promovió la transición para pasar de industrias culturales a industrias creativas al final de la década. Este uso también tiene su origen en la asociación que se comenzó a hacer entre creatividad, desarrollo económico urbano y planificación de la ciudad. Según los múltiples informes de la UNESCO, las “empresas creativas” son aquellas con capacidad para adaptarse a los cambios, están dispuestas a aceptar que existen nuevas formas abiertas de hacer las cosas y quieren movilizar absolutamente todos sus recursos internos y externos para generar más valor.

La fusión de ambos términos en “Industrias Culturales y Creativas, (ICC)” es definida por la UNESCO (2013a): como aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial. Esta definición de las ICC, nos lleva a un significado integrador que se está usando cada vez con más frecuencia en el mundo de los negocios, la educación y la difusión del ocio.

Con la propagación de estos conceptos han comenzado a desvanecerse las fronteras entre los dominios de cada término, saliendo a flote las bondades e interrelación entre estos. Lo ofertados en las ICC se relaciona con economía y política cultural, definida por J. Hawkins como: “Economía Creativa” en la que se interrelacionan los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamentan en la propiedad intelectual de los productos que se ofertan en las industrias del ocio y las del entretenimiento, ver Mapa Conceptual No.2.4, estructurado a partir la siguiente Infografía No. 2.4.



INFOGRAFÍA No. 2.4. CLASIFICACIÓN GENERAL DE INDUSTRIAS CULTURALES CREATIVAS DEL SIGLO XXI.



Adaptada por LARS.- 181016. para esta tesis sobre Mecenazgo, Ocio y Políticas Públicas.

MAPA CONCEPTUAL No. 2.4. SOBRE EL ORDENAMIENTO DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS Y CULTURALES. Esta es una clasificación de Industrias Culturales y Creativas según UNCTAD. presentada en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (CNUCYD o UNCTAD, del inglés, United Nations Conference on Trade and Development); establecido desde el 2006, incluido en el informe de la Economía Creativa, 2013, UNESCO, PNUD, realizado por Felipe Buitrago e Iván Duque.

Transcurridos un poco más de quince años de este siglo XXI, nos encontramos inmersos en la “Economía Creativa” (Hawkins, 2001) o la “Economía Naranja” (Buitrago & Duque, 2013), como también se le llama al conjunto de actividades gestadas por empresas que ayudan hacer esta realidad el deseo de los mecenas, o de las instituciones que ofrecen facilidades para el disfrute de la cultura. Dentro de esta práctica están los patrocinios que ayudan para que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor se determina ante los demás por su contenido de propiedad intelectual. Estos productos y servicios están íntimamente vinculadas con las industrias culturales y creativas que procuran felicidad en los habitantes de una región, entiéndase bienestar social gestado a través del patrocinio cultural, el cual influye notablemente en el PIB de cada nación.

Según los cálculos de Hawkins, en el año 2000 la economía creativa tenía un valor de 2.2 billones de dólares estadounidenses a nivel mundial y crecía al año a una tasa de 5%... en el 2005 su crecimiento representaba el 6.5 % en la economía global”, para el año 2011 la Economía Naranja alcanzó los \$4,3 billones de dólares (...) algo así como el 120% de la economía de Alemania o dos y media veces los gastos militares del mundo. Pero ojo: mientras el gasto militar depende en un ciento por ciento del presupuesto público, la Economía Naranja es un contribuyente neto, (Buitrago y Duque, 2013, pp.15,16).

Ósea, que las industrias creativas y culturales son contribuyentes de recursos económicos limpios (sin sangre sin muertes) al presupuesto nacional de cada nación. Según los cálculos de Buitrago y Duque: “Las exportaciones de bienes y servicios creativos en 2011 alcanzaron los \$646 mil millones de dólares<sup>86</sup>. Si las insertáramos en la clasificación que hace el Centro Internacional de Comercio (ITC por su sigla en inglés), serían la quinta mercancía más transadas del planeta, al tiempo que el valor de las transferencias militares ni siquiera aparecería entre las diez primeras (p.18)”<sup>87</sup>.

---

<sup>86</sup> NOTA: Cálculo propio con datos del Centro Internacional de Comercio (ITC). Y Oxford Economics en The Economic Impact of the Creative Industries in the Americas (2013). Estudio pendiente de publicación, comisionado por la Organización de los Estados Americanos (OEA), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el British Council.

<sup>87</sup> NOTA: Para el año 2009, el World Military Expenditures and Arms Transfers (WMEAT) report 2012 del Departamento de Estado de los Estados Unidos calcula exportaciones de bienes y servicios militares por un valor de 113 mil millones de dólares para el año 2009 (consultado por última vez el 8 de julio de 2013 -<http://www.state.gov/t/avc/rls/rpt/wmeat/2012/index.htm>). En contraste, según cálculos del ITC, la décima mercancía más transada es “perlas, piedras preciosas, metales, monedas, etc.” con exportaciones en 2012 por un valor de 348 mil millones de dólares. (Buitrago y Duque, 2013).

En esta contemporaneidad la sociedad civil y la clase política, las grandes familias con poder económico y las de menos poder adquisitivo, cada vez más se organizan e interactúan para lograr conciencia social que los lleva a organizarse y ponerse de acuerdo para apadrinar instituciones sin fines de lucros, crear oficinas no gubernamentales (ONG) que deberían llevar a cabo labores que la Administración Pública deberían hacer llegar a la población. Es aquí, en donde las empresas entran en esta dinámica de reactivar la filantropía, el mecenazgo para ayudar al Estado a ser más efectivo, en cuanto a administrar el bienestar que procura felicidad a sus pobladores, actividad que suele confundirse o reconocerse como Patrocinio Humanista, Patrocino Altruista y Patrocino Comercial, que hoy han trasmutado en *Crowdfunding* o micro-patrocinio, Endoso (*Sponsor*), el *Crowdsourcing* y otras variantes que se han desarrollado por la facilidad tecnológica que ofrece la red de internet y la conciencia social que se ha tomado en las últimas décadas.

De manera que, en esta Economía Creativa los gobernantes y patrocinadores privados apoyados en la clasificación de las Industrias Culturales y Creativas (ICC) puedan facilitar cada vez más que la población tenga acceso al descanso, la diversión y el desarrollo personal. Es decir que el desarrollo de la ICC facilita el cumplimiento de la teoría de las tres “D” de Joffrey Dumazedier. A continuación, citaré estudios que se realizaron desde el 2009 al 2016, en los cuales se aprecia las variadas ofertas y vinculación de los momentos de ocio que la comunidad puede lograr gracia al fortalecimiento de las ICC.

- I.- Encuesta Latinoamericana de Prácticas Culturales. Realizado en el 2013 por el Observatorio Iberoamericano de Cultura (OIBC), la Organización Estados Iberoamericanos (OEI) y Latinobarómetro.
- II.- Encuesta Nacional de Consumo Cultural de República Dominicana (ENCCRD). Llevado a cabo en el 2014 por El Ministerio de Cultura (MINC), y el Banco Central de República Dominicana (BCRD) con el apoyo de la OEI.
- III.- Comparación de Práctica de Ocio en Comunidades Universitarias. Estudio publicado en el libro Ocio Valioso (2014) editado por la Universidad de Deusto.

## A) PRIMER ESTUDIO: ENCUESTA LATINOAMERICANA DE PRÁCTICAS CULTURALES

Fue llevado a cabo por el Observatorio Iberoamericano de Cultura (OIBC), la Organización Estados Iberoamericanos (OEI) y Latinobarómetro, (institución prestigiosa en el campo de la realización de encuestas), Llevaron a cabo el informe sobre la “Encuesta Latinoamericana de Hábitos y Prácticas Culturales 2013”, un sondeo que arrojó datos útiles para dar respuestas a muchas preguntas vinculadas con el consumo de las diferentes ofertas de entretenimiento, disfrute, que se puede medir en bienestar y crecimiento humano a partir de las propuestas culturales provenientes de sectores tradicionales de las ICC: editorial, audiovisual fonográfico, arte visuales, artes escénicas, turismo, deporte y multimedia, como se puede apreciar en el grafico siguiente:

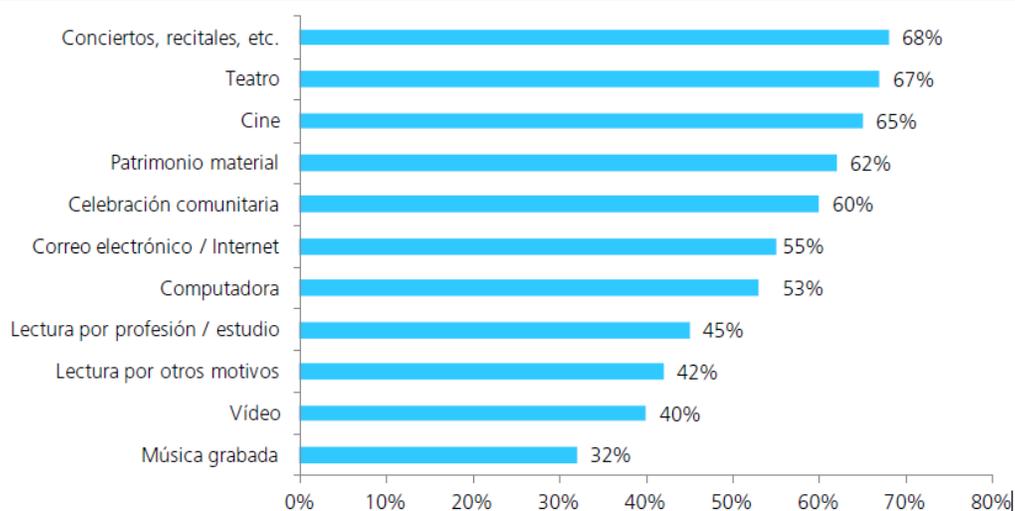
PERSONAS QUE NO HAN ACCEDIDO “NUNCA O CASI NUNCA” A ESTA ACTIVIDAD CULTURAL<sup>88</sup>

GRÁFICO No.2.3. NIVEL ACCESO A LA CULTURAL, 2013. FUENTE: Conclusiones Gráfico1, Latinobarómetro 2013 pág. 160.

<sup>88</sup> NOTAS ACLARATORIAS SOBRE EL ACCESO A LA CULTURA EN LATINOAMÉRICA:

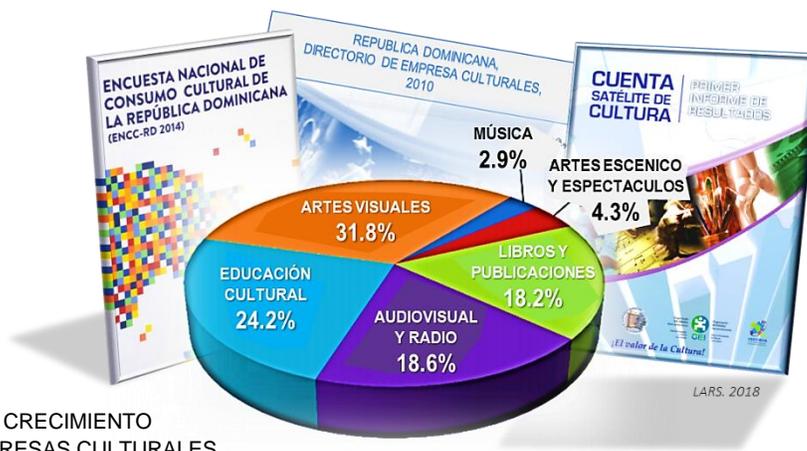
- Como puede observarse, las actividades culturales más frecuentadas son la audición de música, el video y la lectura. Son prácticas que pueden realizarse en múltiples contextos (hogar, desplazamientos) , de forma individual o en grupo, con total libertad de horarios. Por lo general, tienen un cierto carácter gratuito, en el sentido de que no es necesario el pago de una entrada cada vez que uno realiza dicha práctica, aunque en algunos casos sí pueda suponer un cierto desembolso inicial.
- En el extremo contrario, se sitúan la asistencia a conciertos, al teatro o al cine. Son prácticas que requieren la asistencia a un evento, en lugar y horas determinados, y, por lo general, el pago de una entrada. Estas características nos llevan a pensar que no es solo el contenido de la práctica el que marca la frecuencia de su consumo, también las formas de distribución y de acceso a esos contenidos parecen tener una influencia importante.
- En una zona intermedia se sitúan dos prácticas relacionadas con las nuevas tecnologías de la comunicación: el uso de la computadora y el correo electrónico e Internet.
- Hay dos actividades que están muy extendidas entre los ciudadanos: escuchar radio y ver televisión. Las diferencias de género, edad, nivel de estudios y nivel socioeconómico se reducen en estos casos al mínimo.
- Como decíamos al principio de estas conclusiones, no disponemos de datos totalmente homogéneos que nos permitan una comparación detallada con otras regiones del mundo. La siguiente información con datos de Europa puede servirnos parcialmente de referencia. (OEI, 2013).

### B) SEGUNDO ESTUDIO: ENCUESTA NACIONAL DE CONSUMO CULTURAL DE REPÚBLICA DOMINICANA

Fue realizado por el Ministerio de Cultura (MINC), el Banco Central de República Dominicana (BCRD), con el apoyo de la OEI, titulado “Encuesta Nacional de Consumo Cultural de República Dominicana” (ENCC-RD), en el cual se reportó la variedad de actividades de ocio de los dominicanos, tales como: lectura de periódicos, revistas y libros, televisión, radio, cine, teatro, video, música, la utilización de computadoras (ordenador), el acceso al correo electrónico, el Internet, las redes sociales, las visitas a lugares del patrimonio cultural, la celebración de eventos culturales, la asistencia a conciertos musicales, el acceso a los bienes y servicios culturales.

El estudio fue elaborado y desarrollado a lo largo del año 2014, y publicado en el 2015. El mismo facilitó el inicio a otro estudio que permitió crear la Cuenta Satélite de Cultura, en la cual se destacó que los gastos de cultura del país representan el 1.5% del PIB durante el período comprendido desde 2010 hasta 2014, lo que evidenció que la economía de la cultura ha crecido al mismo ritmo que la economía general dominicana.

Este estudio ofreció por primera vez la información de que durante el 2014 hubo 468,324 personas mayores de 15 años ocupadas en actividades de la ICC, lo que reveló el potencial del sector para generación de empleo. También se realizó un directorio especializado que contiene más de 2,000 (dos mil) empresas dedicadas a la cultura en el país, las cuales han sido informantes fundamentales para la elaboración de Cuenta Satélite de Cultura y su “Primer Informe de Resultados, 2016”. En este informe se confirmó 2,042 empresas: 650 de artes visuales, 494 de educación cultural, 380 de audiovisual y radio, 371 empresas de Libros y Publicaciones, 87 de artes escénicas y espectáculos y 60 de música. En la Infografía No.2.5 se muestran los porcentajes de consumo cultural en seis áreas.



INFOGRAFÍA No. 2.5.  
ÁREAS CULTURALES EN CRECIMIENTO  
Y DIRECTORIOS DE EMPRESAS CULTURALES.

FUENTE: Cuenta de Cultura de la República Dominicana (2016)

## C) TERCER ESTUDIO: COMPARACIÓN DE PRÁCTICAS DE OCIO EN COMUNIDADES UNIVERSITARIAS

Los datos de este estudio se dieron a conocer en el Capítulo Cinco del libro titulado *Ocio Valioso* de Manuel Cuenca, donde se presentaron los datos vinculados al consumo de la cultura a través el ocio. El levantamiento, la sistematización y la conclusión de las informaciones se realizaron en los años 2009, 2010 y 2011. En el 2014, se publicó en formato de libro. En este estudio se hizo una comparación del consumo cultural que se practica en el País Vasco, Brasil, Chile Ecuador, México y Uruguay, donde se midieron quince (15) prácticas de ocio más habituales entre jóvenes universitarios de España y estos cinco (5) países de América Latina. En los primeros lugares se obtuvieron como resultado las siguientes actividades: Ir de copas, “marcha” o discoteca, Navegar por Internet, Viajar, Escuchar música, Ayudar a su familia y Ver película en el cine o en casa. Todas estas actividades obtuvieron puntuación por encima de 60% con pequeñas diferencias entre ambos grupos europeos y latinoamericanos. (ver Tabla No. 2.7)

TABLA No. 2.7

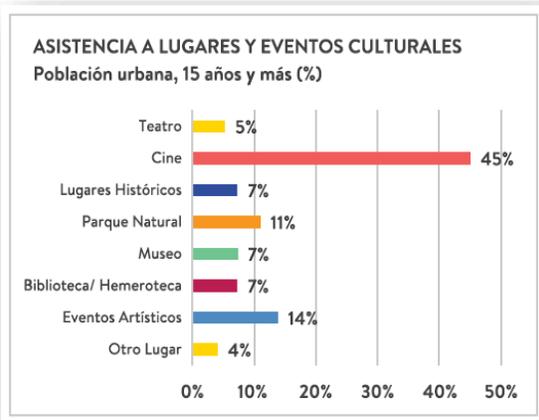
**QUINCE PRÁCTICAS DE OCIO MÁS HABITUALES**

UNIVERSIDAD DE DEUSTO, PAIS VASCO, ESPAÑA		UNIVERSIDADES LATINOAMERICANAS. BRASIL, CHILE, ECUADOR, MEXICO Y URUGUAY	
Ir de copas, “marcha” o discoteca	94,2%	Ayudar a mi familia	73,5%
Navegar por Internet	88,4%	Escuchar música	69,3%
Viajar	82,6%	Ver película en el cine o en casa	69,3%
Escuchar música	78,3%	Navegar por internet	67,8%
Ayudar a mi familia	75,4%	Participar en fiestas familiares (Navidad, Día del padre o la madre...)	63,5%
Ir de compras	73,9%	Asistir a fiestas sobre acontecimientos personales (cumpleaños, boda...)	60,1%
Ver película en el cine o en casa	72,5%	Ayudar a mis amigos	59,7%
Ir a las fiestas tradicionales de mi barrio o de mi ciudad	71,0%	Pasear	52,7%
Ayudar a mis amigos	69,6%	Viajar	50,2%
Participar en fiestas familiares (Navidad, Día del padre o la madre...)	68,1%	Ir de copas, “marcha” o discoteca	48,3%
Asistir a fiesta sobre acontecimientos personales (cumpleaños, boda...)	65,2%	Deporte individual	45,8%
Leer libros que me gustan (cuentos, novelas...)	59,4%	Deporte en Equipo	42,3%
Juego de mesa (cartas, dominó, parches)	55,1%	Ver TV	41,3%
Deporte individual	53,6%	Juego de mesa (cartas, dominó, parché)	40,6%
Hacer excursión al campo, a la montaña, o a la playa.	50%	Leer libros que me gustan (cuentos, novelas...)	39,1%

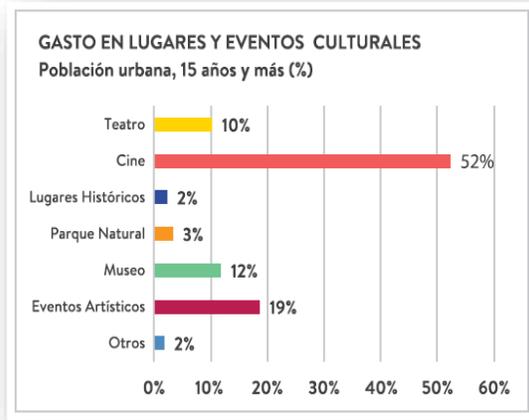
FUENTE: Tabla 19, *Investigación Jóvenes Universitarios, IEO-UD. 2011 en Ocio Valioso, 2014: pág. 242.*

*D) VISIÓN DE CONJUNTO DE LOS RESULTADOS DE LOS TRES ESTUDIOS SOBRE CONSUMO CULTURAL*

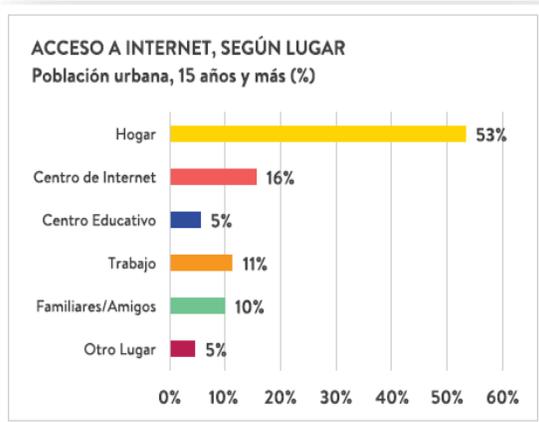
Como se puede apreciar, en los tres estudios, los datos coinciden al mostrar las preferencias de ocupar el tiempo libre con prácticas del ocio, cuyas frecuencias encierran una demostración de que se puede medir el bienestar personal y social. Es decir, que el término ocio ha evolucionado junto con las Industrias Culturales y Creativas. Así como también con las empresas que ofertan propuestas de descanso, vacaciones y espectáculos. Igualmente, las diversas actividades festivas y religiosas que a nivel popular muchos no identifican como ocio y refieren identificarlas como consumo cultural o pasa tiempo. Estas actividades de ocio valioso, ha sido medida en los estudios mencionados anteriormente, los Gráficos Nos. 2.4 al 2.7 y las Tablas 2.7, 2.8 al 2,11 muestran los niveles de consumo culturales en el tiempo libre, lo que está abriendo la posibilidad para que la educación del ocio sea parte de algún programa de educación.



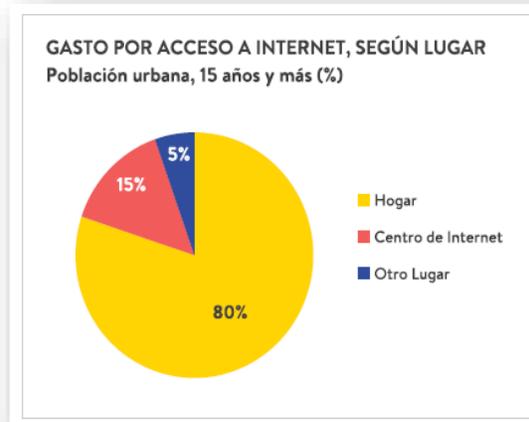
**GRÁFICO No. 2.4**



**GRÁFICO No. 2.5**



**GRÁFICO No. 2.6**



**GRÁFICO No. 2.7**

**CANTIDAD DE PERSONAS Y GASTO EN PRODUCTOS CULTURALES  
(ESTABLECIMIENTOS INFORMALES)  
POBLACIÓN URBANA, 15 AÑOS Y MÁS  
ABRIL-SEPTIEMBRE 2014**

PRODUCTO	CANTIDAD	(%)	MONTO (RD\$)	(%)
Libros 1/	120,816	30%	201,399,436	67%
Revistas y Periódicos	146,505	37%	41,311,788	14%
Música	80,177	20%	20,221,018	7%
Otros Productos 2/	53,293	13%	36,996,381	12%
Total	400,791	100%	299,928,623	100%

1/ Incluye libros escolares y otros libros.

2/ Incluye video, software, videojuego, fotografía artística,

**TABLA No.2.8**

**LUGAR DE ACCESO A INTERNET Y GASTO REALIZADO  
POBLACIÓN URBANA, 15 AÑOS Y MÁS  
JULIO-SEPTIEMBRE 2014**

ACTIVIDAD DE NAVEGACIÓN	CANTIDAD	(%)	MONTO (RD\$)	(%)
Leer Periódicos	383,348	7%	800,200	1%
Ver Videos, Películas	1,035,493	20%	8,541,139	6%
Escuchar Música Grabada	1,102,872	21%	6,829,403	5%
Descargar Libros, Revistas 1/	619,177	12%	45,866,422	30%
Descargar Música, Video 2/	887,054	17%	24,367,124	16%
Descargar Software	142,458	3%	30,073,520	20%
Otras Actividades 3/	1,087,602	20%	33,343,883	22%
Total	5,258,004	100%	149,821,691	100%

1/ Incluye la compra en línea de libros y revistas.

2/ Incluye la compra en línea de CD y música.

3/ Incluye la compra de herramientas y materiales para realizar actividades culturales.

Fuente: Encuesta Nacional de Consumo Cultural.

**TABLA No.2.9**

FUENTE: Los gráficos y tablas fueron tomados de la Encuesta Nacional de Consumo Cultural (ENCC) 2014, pp. 55, 56 y 58.

Como puede observarse, las cinco (5) actividades culturales que más se practican en Latinoamérica son: asistir a recitales o conciertos músico-vocales, ir al teatro, al cine, visitar algún lugar del patrimonio material (museos, parques y plazas públicas) y asistir a celebraciones comunitarias (fiestas nacionales, y encuentros religiosos) como se muestra, en el gráfico 6, mientras que los dominicanos acostumbran: 1.- Ir al cine, 2.- Asistir a eventos culturales (conciertos y presentaciones músico-vocales), 3.- Ir a parques naturales (playa, zona rural...), 4.- Visitar lugares históricos y museos, 5.- Asistir al teatro. Un dato interesante es la frecuencia con que los encuestados dijeron practicar la lectura, según la ENCC-RD, es de un 67 %, al sumar las cantidades libros 30%, revistas y periódicos 37% (Tabla No. 2.8.)

Otros datos importantes que se encuentran en los primeros lugares de las actividades más practicadas por los jóvenes de 15 años en adelante, tanto en Latinoamérica como Europa se pueden ver en la Tabla No. 2.9 en la cual se establece una relación de preferencias de actividades que los conducen a un ocio autotélico, o humanista al evaluar actividades como: Festejar (en discotecas o actividades familiares), navegar en internet, viajar, escuchar música, ayudar a la familia, ver películas en video o en el cine y la lectura, ya sea por motivos profesional o por placer. Son prácticas que pueden realizarse en múltiples contextos, ya sea en el hogar, o en otros lugares a los cuales pueden desplazarse, de forma individual o en grupo, con total libertad de horarios, y que algunas tienen un cierto carácter gratuito, en el sentido de que no es necesario el pago de una entrada cada vez que se realiza dicha práctica. Es aquí donde las ICC ofertan las prácticas del ocio que se relacionan con diferentes ámbitos sociales, ambiente, equipamiento y recursos diferenciados, como se puede apreciar en las principales actividades de ocio que se han mencionado en los tres (3) estudios que hemos presentado, los cuales, se manifiestan en cinco dimensiones fundamentales: Lúdica, Ambiental-ecológica, Creativa, Festiva y Solidaria (Cuenca, 2014).

ESTUDIO NO 1	ESTUDIO NO 2	ESTUDIO NO 3. REALIZADO EN 6 INSTITUCIONES	
HÁBITO DE CONSUMO DE CULTURA EN AMÉRICA LATINA	ENCUESTA NACIONAL DE CONSUMO CULTURAL DE R. D.	UNIVERSIDAD DE DEUSTO	CINCO UNIVERSIDADES LATINOAMERICANAS
Escuchar Música Grabada 68.0%	Leer (libros, revistas y periódicos) <b>67%</b>	Ir de Copas, "marcha" o Discoteca <b>94.2%</b>	Ayudar a la Familia <b>73.5%</b>
Ve Video 60.0%	Ir al cine <b>47%</b>	Navegar por Internet <b>88.4%</b>	Escuchar música <b>69.3%</b>
Lectura por otros motivos 58.9%	Asistir a eventos artístico <b>11%</b>	Viajar <b>82.6%</b>	Ver película en el cine o en casa <b>69.3%</b>
Lectura por profesión o estudio 55.0%	Visitar Parques naturales <b>7%</b>	Escuchar música <b>78.3%</b>	Navegar por internet <b>67.8%</b>
Correo electrónico / internet 45.0%	Ir al teatro <b>4%</b>	Ayudar a mi familia <b>75.4%</b>	Participar en fiestas familiares <b>63.5%</b>

FUENTE: Datos de los propios Estudios 1, 2 y 3, Elaboración propia (LARS.-2016)

### 2.2.3.- Ideas para fortalecer el consumo cultural a través del patrocinio

La sociedad cambia cada vez más rápido, acelerándose la interrelación de la política, la economía, la ciencia, la tecnología y el arte, modificándose entre sí, dado que existe una relación de complementos entre estas categorías del conocimiento, cuyos resultados influyen en el comportamiento de los pueblos. Otros hechos relevantes que también influyen en el desarrollo de los pueblos son el avance de los medios de comunicación de masas, la globalización de la información, la mecanización de muchas tareas domésticas, el incremento de personas con disponibilidad de tiempo libre, los cuales han permitido la aparición de la civilización del ocio, lo que exige de la sociedad un nuevo paradigma educativo, que influya en la pedagogía del siglo XXI.

Erich Weber analiza la incidencia del tiempo libre y sus problemas, partiendo de una consideración sociológica, otra antropológica y finalmente, una particular visión pedagógica. El autor habla de la importancia del descanso, del juego, el deporte, los hobbies, las vivencias turísticas y las fiestas; pero, sobre todo recuerda, una y otra vez, la importancia del sentido de estas acciones. Su planteamiento se lleva a cabo desde un punto de vista global, de modo que cuando se refiere a la necesidad de la pedagogía del tiempo libre, a sus peligros, sus posibilidades o sus fines, está sentando las bases de un modo nuevo de la educación y una nueva manera de educar. El estudio de Weber es un trabajo básico para entender la Educación del Ocio como la Educación del Tiempo Libre. (Cuenca, 2014 p.73).

Y es este tiempo libre el que se presenta como una constante creciente, en este mundo industrializado, donde el trabajo, el derecho al descanso y la jubilación son conquistas de la clase trabajadora que ha creado un espacio de tiempo que debe ser llenado practicando la solidaridad, turismo, deporte, celebraciones festivas y artes creativas; actividades de ocio que están dentro de las Industrias Culturales y Creativas.

En la última década del siglo pasado, se comenzó a valorar a las personas por la calidad y tipo de trabajo que desarrollaban en su tiempo libre. La idea de trabajar menos para tener más tiempo, para disfrutar más momentos de ocio, obtiene cada vez más adeptos. Y es que la creación de bienes y objetos materiales está llegando a su límite de producción, para abrirse a nuevas ofertas. Pues, la clase dirigente del Estado y las “familias” que dirigen el orden mundial nos están llevando a la creación, producción y consumo de bienes culturales, ya que estos no requieren inversión de recursos irremplazables, sino que se están volcando a la creación de servicios y productos que no degraden el medioambiente. Es decir, que

este siglo XXI comienza a consolidar un nuevo modo de producción, “la Economía Creativa”, que se constituye en uno de los sectores de la economía mundial de más rápida expansión a nivel global. “...entre 2002 y 2011, las exportaciones de bienes procedentes de la Economía Creativa aumentaron en un promedio anual del 12,1% en los países en desarrollo” (UNESCO-PNUD, 2013 p.10).

Según los estudios realizados entre el 2009 y 2015 la producción cinematográfica y los conciertos musicales, la lectura en sentido general, ir a la playa, o practicar alguna actividad en el campo al aire libre, así como usar los productos y servicios tecnológicos que se crean en torno al mundo de ciberespacio, empujaron el crecimiento del consumo cultural a nivel mundial, hasta el punto de que ya muchos países latinoamericanos afirman que “la cultura ha seguido la misma dirección que el crecimiento económico”, pues la cultura también es trabajo, no solo divertimento y esparcimiento, Kirchner (2015).<sup>89</sup>

Los dueños de los capitales y la clase dirigente entienden cada día que:

I.- La cultura es a la vez un catalizador y un motor del desarrollo sostenible. Produce nuevas ideas y nuevas tecnologías que permiten a las personas responsabilizarse de su propio desarrollo y estimula la innovación y la creatividad, que impulsan un crecimiento integrador y sostenible (Clark & Bokova, 2014).

II.- Además de generar puestos de trabajo, la economía creativa contribuye al bienestar general de las comunidades, fomenta la autoestima individual y la calidad de vida, lo que redundará en un desarrollo sostenible e integrador. En momentos en que la comunidad internacional está diseñando una nueva agenda de desarrollo para después de 2015 es vital reconocer la importancia y el poder de los sectores cultural y creativo como motores de desarrollo (Irina Bokova, UNESCO 2013).

Lo expresado anteriormente plantea que el desarrollo del patrocinio de la cultura del siglo XXI debe propiciarse desde el impulso y fortalecimiento de la cultura de los pueblos, como un bien necesario y asequible para todos, basado en una práctica de patrocinio, en donde las partes involucradas tienen beneficios mutuos, en un mundo donde la Economía Creativa o la Economía Naranja está creciendo. Ver Mapa Conceptual No. 2.3 sobre las ICC.

---

<sup>89</sup> **Cristina F. de Kirchner**, 21 de mayo de 2015, afirmación hecha al inaugurar el Centro Cultural Néstor Kirchner en el viejo palacio de correos, ubicado en la avenida Leandro Alem en la ciudad de Buenos Aires, Argentina.

El Patrocinio Cultural es una actividad que brinda bienestar para quienes lo practican y quien la recibe, ocupa el tiempo de ocio de la población y en particular de la clase trabajadora, que después de hacer uso de su tiempo libre, con una correcta práctica del ocio, retornan a sus puestos de trabajo más felices y contentos, lo que los hace más productivos. De ahí la propuesta de reducir el tiempo del trabajo, para que el tiempo de ocio sea más utilizado. Un negocio redondo, donde las partes, se benefician mutuamente, como lo ha planteado Carlos Slim (2014)<sup>90</sup>: Con tres días laborales a la semana, tendríamos más tiempo para relajarnos, y tener más calidad de vida. Tener cuatro días (libres) sería muy importante para generar nuevas actividades de entretenimiento y otras formas de permanecer ocupado, que por supuesto generarán más y nuevos empleos con el fomento del turismo, el entretenimiento, el descanso y el comercio del ocio, en donde seguro habrán nuevas plazas de trabajo. Slim afirmó, que se aproximan cambios radicales en el sistema de trabajo para este siglo XXI, al expresar que:

(...) las personas ya no se van a jubilar a los 50 o 60 años como establecen los contratos colectivos. En el futuro, las personas van a tener que trabajar más años, hasta los 70 o 75, pero solamente tres días a la semana, quizás 11 horas por día, mientras que los servicios públicos y privados deberán trabajar las 24 horas, pero las personas no, con lo cual dio a entender que una jornada laboral podría ser cubierta por varias personas. Recordó que, en el siglo XX, de 72 horas, el horario de trabajo se redujo a 60, luego a 48 y ahora de 40 a 35 horas a la semana. De acuerdo con su teoría, la edad de la jubilación debería subir a 75 u 80 años para aliviar la carga de jubilados. La expectativa de vida ahora es mucho mayor a la que se tenía en el pasado. Ya no es sostenible una jubilación tan temprana, los tiempos cambiaron porque los trabajadores, suplantados en muchos casos por las máquinas, ya no son sometidos a tanto trabajo físico. No conozco otra forma de combatir la pobreza, precisó. Los países deben crecer arriba del 5% de manera sostenida para un combate frontal a la pobreza y el desempleo. Por eso la inversión debe aumentar al menos a 25% del Producto Interno Bruto (PBI) (Slim, 2014).

---

<sup>90</sup> CARLOS SLIM HELÚ, nació el 28 de enero de 1940, Ciudad de México. Es un gran empresario, filántropo, mecenas y patrocinador del bienestar de los más desposeídos y considerado uno de los hombres más ricos del mundo, lo que le permite ser un gran influyente en el mundo de los negocios y la cultura. Según Michael Skapinker (2014), editor asociado del *Financial Times*, catalogó la idea de reducir las horas de trabajo como "aparente locura" e "idea genial". Mantener trabajando a los empleados más longevos, tiene sentido para las sociedades de hoy. La propuesta de trabajar tres días suena anormal, pero muchos en 1922 pensaron que Henry Ford estaba loco por anunciar que sus empleados trabajarían cinco días a la semana cuando la jornada era "un infierno". Nuestra semana laboral nos parece normal debido a que es la única que hemos conocido y la que todos cumplimos. (...) Pero si eres suficiente mayor, podrás recordar cuando lo normal era trabajar los sábados por la mañana. ¿Puede Slim, el primero o segundo hombre más rico del mundo (...) ser heraldo de un cambio en la vida laboral que equipare al de Ford?, puede que así sea... Ver más en <http://www.carlosslim.com/>.

En estos inicios del siglo XXI, las familias tienen planteados muchos retos: el ajuste de los roles entre unos cónyuges que buscan la complementariedad, la conciliación entre la vida laboral y familiar, el encuentro educativo entre familia y escuela, la formación continuada de los propios padres para educar a sus hijos.

Uno de estos desafíos es lograr que el tiempo libre vaya más allá de la tele, la consola, Internet, la moda, la noche o las discotecas. La respuesta podría ser construir, en familia, un ocio activo, emprendedor y creativo. Luego, en esta línea educativa, lograr que los adolescentes y jóvenes sean autónomos y responsables en su propio ocio. No es fácil: exige ideas, empuje y sobre todo el apoyo mutuo de otras familias que se reúnen, asocian y apuntan a estos objetivos comunes (de Bofarull, 2005).

Importantes urbes ya han comenzado a abordar las soluciones; países como Estados Unidos, Asia, Europa y España, en la ciudad de Bilbao (País Vasco), han estado trabajando desde el siglo pasado con el “concepto de ocio” como un “catalizador-espacio-tiempo” para rescatar a los humanos de la cotidianidad. Los países del Caribe no escapan a esta realidad, pues una de las actividades de ocio por excelencia es el turismo, vinculado por estas latitudes más con el descanso y la evasión que con el ocio autotélico o el humanista. A esta actividad de turismo en sus diferentes vertientes, los Estados le invierten recursos económicos para que cada día se fortalezca. Igualmente, los ministerios de cultura, de turismo y las oficinas relacionadas con la promoción cultural hacen sus aportes sin tener aun en cuenta cómo integrar a los mecenas, filántropos y otros patrocinadores que aún no tienen una amplia conciencia de su labor en la sociedad caribeña. Así pues, los diferentes organismos públicos y privados deben aunar esfuerzos para alcanzar las metas de hacer crecer la economía para beneficio de sus pobladores, en un mundo global que cambia vertiginosamente a la velocidad de la transferencia de la información.

Es un hecho que cada vez, con más frecuencias hay más cambios globales que afectan las ICC y el patrimonio (artes visuales tradicionales, artes escenográfica, turismo y herencias cultural, educación artístico-cultural y deporte), las industrias culturales convencionales (editoriales, audiovisuales y fonográficas), y las creaciones surgidas para los nuevos medios de comunicación (diseño gráfico, software de contenido, y difusión en el ciberespacio), cambios que no solo se ven en la República Dominicana, sino también en las demás naciones que componen el “Caribe Insular”.

Lo expresado anteriormente representa una gran realidad, pues el mundo ya se encuentra inmerso en un modelo de desarrollo en el cual el trabajo y el ocio entran en una actividad de complemento donde la política, la economía, la ciencia, la tecnología y las artes, se abren a una dinámica para modificarse entre sí, cuyos resultados afectan significativamente el comportamiento de los pueblos. Esta verdad se vio develada ante una reunión 2.500 líderes políticos, sociales, empresariales de 99 países, realizada en la ciudad de Davos en el 2016 para compartir ideas, reflexionar y ponerse de acuerdo sobre el futuro del mundo para los próximos 20 años, en el entendido de que, la sociedad entra en períodos de crisis que se suceden cada vez más cercanos entre sí.

Esta realidad ha sido y sigue siendo vista por los representantes de la sociedad ante los diferentes foros que se realizan en el mundo, quienes ven el transcurrir de la vida como una recurrencia de ciclos entre un inicio y un desarrollo, en el que se crece, se toma decisiones, “buenas y malas”, se cierran “puertas y se abren ventanas”; donde entramos en contradicciones en la vorágine por hacer lo correcto y cuando no sabemos qué, cómo, cuándo, dónde y porqué, concebir lo debido para resolver un problema entramos en un especie de estado de crisis<sup>91</sup>.

En las conclusiones de la 46<sup>va</sup> Asamblea Anual del Foro Económico en Davos<sup>92</sup>, bajo el tema principal “Los desafíos de la cuarta revolución industrial”, salieron a relucir importantes temas que son parte de la crisis mundial y que requieren cambios paradigmáticos o por lo menos que se comiencen a tomar en cuenta nuevas acciones para redirigir el destino del mundo. Dentro de las conclusiones importantes, además de llamar la atención de que nos encontramos en la “Cuarta Ola del Desarrollo de la Humanidad” (haciendo referencia a la teoría de Alvin Tofler), se reseñaron tres puntos nodales, considerados de gran importancia para lograr los nuevos cambios:

---

<sup>91</sup> CRISIS: También significa cambio importante en el desarrollo de un proceso que da lugar a una inestabilidad: [crisis económica, política, científica, tecnológica, artísticas, en si cultural]. Problema, conflicto, situación delicada: “esa pareja está pasando por una crisis” (Diccionario de la Lengua Española Espasa (2005). “Crisis de la estética renacentista, alérgica, epiléptica, tos.”

<sup>92</sup> EL FORO ECONÓMICO MUNDIAL (*WEF por sus siglas en inglés*) Fundado en 1971, es una ONG, que involucra a líderes Instituciones y personas, comprometidas a mejorar el mundo, WEF lleva a cabo conferencias en distintas partes del mundo para tratar temas actuales de impacto global, entre las que destaca el Foro de Davos, en Suiza. En este lugar se reunieron desde el 20 al 23 de enero del 2016 los más importantes representantes del mundo de los negocios, la política, la sociedad civil, la ciencia y la cultura, con motivo de la 46<sup>a</sup> edición. Este año acudieron a la cita 40 jefes de Estado o de Gobierno.

I.- El hecho de llamar a la conciencia de los políticos, los grandes dueños de los capitales y otros responsables en dirigir los destinos del mundo, dentro de los que se encuentran: filántropos, mecenas, científicos, artistas y educadores, sobre la realidad de que ya nos encontramos en una Nueva Revolución Industrial. Un momento en el cual los patrocinios deben ser para que las personas comprendan y produzcan mejor en esta nueva era digital. Dada la gran influencia y los avances tecnológicos actuales. Los resultados de este proceso deben apuntar a integrar al ser humano con los avances tecnológicos, sin llegar a reemplazar la tecnología por la fuerza laboral del hombre (WEF. 2016).

II- Los refugiados, sin lugar a duda uno de focos críticos que se le debe dar prioridad para su resolución, pues, “el gran número de migrantes que se han visto obligados a abandonar sus países por la violencia y los conflictos armados y religiosos no solo tienen repercusiones sociales y humanas, sino que además traen consecuencias y retos económicos para los países que reciben a las personas forzosamente desplazadas (WEF. 2016).

III.- El decrecimiento de la “Economía de China”, la que hasta hoy es la primera economía del mundo, muestra síntomas de desaceleración. Se vislumbra una transición en donde esta nación podría pasar de una economía industrial a una de servicios... (WEF. 2016). Esto afectaría a los países del Caribe, los cuales por la globalización y los tratados de libre comercio también están obligados a basar sus economías en las ofertas de servicios. Una realidad que se hace sentir en el Caribe Antillano. Y es que “el cambio tecnológico, la conectividad, el internet de las cosas y la brecha digital, determinarán el futuro del mundo del mañana. Más de una profesión se encuentra en peligro, un campanazo de alerta que debería ser escuchado en medio de los temores por los elevados índices de desempleo en varias latitudes” (CEAL.CO en WEF-DAVO, 2016).

El Cooperativismo debe crecer y por supuesto, el patrocinio en todas sus formas en esta cuarta ola, donde el desarrollo tecnológico digital hará que crezcan nuevos modelos económicos capaces de amoldarse a las mutaciones tecnológicas. Pues, no somos

prisioneros de un futuro predeterminado (J. Kerry en WEF-DAVO 2016.<sup>93</sup>) Y es que la inclusión financiera es esencial sobre todo para aquellos que tienen poder económico y que pueden auxiliar a los demás.

(...) la inclusión financiera es fundamental para lograr la estabilidad, no sólo en las economías emergentes, sino también en los países desarrollados. Un hallazgo sorprendente es que el 73% de la población mundial está excluida financieramente. La exclusión y la desigualdad son las causas principales de los problemas de la sociedad, así como los mercados negros y la violencia. Como se ha señalado por Joseph Stiglitz en el foro: el PIB no es una buena medida del rendimiento económico, pero es una buena medida del bienestar. La inclusión financiera es la base para ser reconocido en la sociedad. Se faculta a las personas y es la base para la auto-ayuda, de una manera digna y sostenible de echar hacia adelante. Los bancos cooperativos y las cooperativas de crédito desempeñan un papel importante en la mejora de la inclusión financiera y que deben aumentar su alcance global (Leroux en WEF-DAVO 2016)<sup>94</sup>.

Es decir, que a estas alturas del desarrollo artístico, tecnológico científico más de cien Naciones, incluyendo las del Foro de Davos 2016, han entendido que el manejo de los valores, los cambios sociales, la equidad entre los que menos tienen y los que son más poderosos económicamente, la tolerancia a la diversidad, el liderazgo femenino, el optimismo inteligente, el crecimiento e innovación de los nuevos modelos económicos, el planteamiento prospectivo de que todos los países necesitan un Ministerio del Futuro, (Benioff en WEF-DAVO 2016)<sup>95</sup>, esto para conjurar más rápido las poblaciones deprimidas del mundo.

En todos los encuentros de dirigentes mundiales realizados en estos últimos diez años, y especialmente en este WEF-2016, sale a relucir que la velocidad de transformación se constituirá en la nueva divisa empresarial, junto con la Educación, ya que la preparación de

---

<sup>93</sup> JOHN KERRY, secretario de Estado de EE UU, apuntó que debemos asumir la proactividad y la iniciativa, antes que los desarrollos tecnológicos nos lo impidan, es aquí en donde las naciones deben preocuparse por eliminar la "brecha digital". <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/john-kerry-these-are-the-top-3-challenges-for-the-world-a806e40a-fa50-49c8-91ee-c5c3fe6a92b9/>

<sup>94</sup> Planteamientos de MONIQUE LEROUX, representante de la Cooperativa Internacional de la Alianza en WEF-DAVO 2016.

<sup>95</sup> Visión Prospectiva de MARC BENIOFF, CEO de Salesforce, al proponer el Ministerio del Futuro en el Foro Mundial de Economía en DAVOS 2016, al ver como la sociedad está entrando en un territorio inexplorado, donde los países que inviertan en la I+D+I serán los que estarán mejores preparados para resolver las crisis.

las futuras generaciones debe procurarse, atendiendo a que habrá un mercado laboral cuyos retos principales se habrán de repartir cada vez más entre las artes, las ciencias humanas, las ciencias exactas y el nivel de prestigio de los diplomas convencionales frente a los nuevos métodos de adquisición de conocimientos. Así como también el futuro del trabajo, pues el 65% de los niños que estudian ahora en primaria, trabajarán en profesiones que todavía no existen. En el WEF-DAVO 2016, se predijo que a nivel mundial habrá una pérdida de 5 millones de puestos de trabajo, en el período 2015-2020.

En 2020, un tercio de las competencias actuales no serán consideradas cruciales, mientras que competencias “sociales” como la persuasión, la inteligencia emocional o la colaboración serán fundamentales, “lo que augura la época del Human Age 2.0. En un entorno laboral en el cual los robots realizarán las labores mecánicas, las personas emplearán sus conocimientos, actitud y compromiso en aportar valor. En vez de puestos de trabajo, se debería hablar de competencias y habilidades personales, según Jonas Prising, CEO de Manpower Group”. (Grijalba, 2016). De manera que las ciudades enroladas en la nueva contemporaneidad tendrán que tener cada vez más ciudades inteligentes, donde el ocio positivo y valioso permita una calidad de vida que se traduzca en salud y placer al manejar, acomodar, es decir, administrar apropiadamente estos espacios, donde las personas cohabitan con sus crisis.

Así pues, que todo líder de esta contemporaneidad debe estar consciente de que al alterar estos escenarios ciudadanos se generan diversas respuestas en el comportamiento, convivencia y respeto de los habitantes del lugar. Y es aquí, que la crisis da paso a nuevas formas de practicar una “Economía Creativa” en esta era de plena globalización, las comunicaciones y la información, en donde la distribución del tiempo es parte importante para gestionar las actividades del día a día de cada persona, para cumplir con su trabajo, pero también con sus momentos de descanso, recreación y ocio. Diversos autores sugieren que todas las actividades que un individuo realiza durante el día deben ser enfocadas para su desarrollo personal, cuya meta final es alcanzar la salud física y mental que propicie la anhelada felicidad y esto se hace con un buen manejo del ocio del positivo, el autotélico, el humanístico y el valiosos como lo define el Instituto de Estudio de Ocio de la Universidad de Deusto. Por eso, me refiero al turismo como ocio en el entendido de que este se practica de múltiples formas con el interés de encontrar descanso, placeres y bienestar. Un estado que todos ansiamos después de una ardua jornada de trabajo.

### 2.2.4.- Una marca país vinculada a la necesidad de ocio valioso en el país

República Dominicana se proyecta desde hace más de una década como una nación que crece según lo refieren organismos internacionales como la UNESCO, OEA, PNUD, BID, la Feria Internacional de Turismo FITUR y otros foros internacionales que miden su posición (*ranking*) respecto a otros países en los que se reflejan su lugar. Lo que demuestra algún crecimiento, dentro de los cuales están las actividades del turismo y las industrias culturales, desarrolladas con los incentivos y patrocinio estatal y privado. Es decir, que el apoyo al desarrollo de la industria del ocio está ayudando a desarrollar la imagen de país, que a su vez contribuye en la construcción de su marca. Una marca país que se construye a pesar de opiniones divergentes que no desean este desarrollo y difunden las cosas negativas que afectan al país, como el índice de feminicidios, corrupción, violación de los derechos humanos e impunidad, actos que son practicados por los malos dominicano, proyectando una inapropiada imagen del país. Por lo cual hay que identificar las situaciones generadoras de ociosidad, que nos lleva a los vicios y a la manifestación de una práctica conocida como ocio negativo, ocio ausente u ocio nocivo que en las generalidades de los casos terminan en vicios, que perturban el desenvolvimiento de la sociedad, afectando áreas que se proyectan con marca sectoriales muy definidas en cada país.

#### ***1.- Marca País, Ocio, Educación y Negocio***

Una marca país solo se podrá construir más ágilmente si se controlan los vicios, contraponiendo y ofertando a la sociedad la educación del ocio. “Un reto importante de la educación para el tiempo libre es ofrecer instrucción que permita a la población de todas las edades, en todas las naciones, desarrollar estilos de vida óptimos en los que experimenten los beneficios del ocio serio como del casual” (Stebbins, 2000, p.5)<sup>96</sup>. Esos que nos permiten practicar actividades intermedias entre el trabajo y el tiempo que utilizamos para descansar, y tener libertad para crecer y percibir las actividades que nos alejan de los vicios, que frenan la construcción y proyección de marcas sectoriales que componen la Marca País.

---

<sup>96</sup> OCIO SERIO: es la búsqueda sistemática de la plena satisfacción a través de una actividad amateur, pasatiempo o de voluntariado que los participantes encuentran tan sustancial e interesante que, en un caso típico, se lanzan ellos mismos en una carrera (no laboral) centrada en adquirir y expresar sus habilidades especiales, conocimiento y experiencia. El ocio serio es definido por sus seis cualidades distintivas: • Perseverancia • Sentido de carrera (no laboral) • Esfuerzo personal sustancial • Beneficios durables • Ética y visión social • Identidad personal y social.

OCIO CASUAL: es recompensado intrínsecamente de forma inmediata, siendo una actividad placentera de corta duración que requiere poca capacitación no especializada para disfrutarla. Su principal tipología es el juego, la relajación, entretenimiento activo y pasivo, conversación social y estimulación sensorial. Es considerablemente menos sustancial y no ofrece carrera semejante a la que se encuentra en el ocio serio. Traducción: Lic. Adriana Esther Estrada González <https://ciio.files.wordpress.com/2010/05/declaracion-para-el-ocio-serio.pdf>

Otros conceptos vinculados al uso del tiempo libre como alternativa de prácticas reparadoras de la salud física y mental, que se han estado usando en la construcción de la Marca País, son: el turismo en sus variadas formas; la recreación y la animación cultural en donde se promueven festejos conmemorativos fiestas patrias y religiosas; las prácticas deportivas por salud y el deporte competitivo. En el mundo de los negocios muchas veces los términos: turismo, recreación, vacaciones, juego, deporte, tiempo libre y ocio entre otros relacionados con momento de descanso o para la realización de tareas gratificantes se utilizan indistintamente en la región del Caribe, generando equívocos conceptuales, contradicciones y variados problemas de comprensión. Estos términos solo han sido mencionados por su relación en la construcción de la marca país, sus significados no serán presentado en este trabajo de investigación. Pues, diversos autores apuntan a las dificultades conceptuales que rondan a las palabras mencionadas anteriormente. Sobre sus significados no se profundizará en esta tesis, pues de hacerlo abriría un espacio de discusión que no es parte de este marco teórico y nos distraería del objeto de estudio. Así pues, retomamos el tema de la influencia de la imagen de marca que los países proyectan fuera de sus fronteras.

Aun cuando ya ha pasado casi un siglo de estar profundizando en el concepto ocio como una categoría ontológica, en el Caribe este concepto sigue teniendo rechazo, y cuando se refieren a este lo hacen de manera peyorativa, pero guardándole su espacio al entender que su práctica es beneficiosa, que se magnifican dentro de las Industrias de la Culturales y Creativas (ICC) en donde se gestan muchos productos y espacios para momentos de ocio, que contribuyen al PIB de las naciones (Buitrago y Duque, 2013), sobre el cual el concepto “Marcas Sectoriales y Marca País” se complementan para fortalecer las estrategias de posicionamiento en este intrigante mercado global, (Koniszczzer en Future Brand. CBR 2017-2018).

Los rankings sobre marca país consultados para este estudio destacan que los indicadores vinculados al turismo, el ocio, la educación y los negocios en el Caribe y los demás países de Latinoamérica, están en un buen momento. Gustavo Koniszczzer (2018) considera que las marcas país se constituyen en una ventaja competitiva en el mercado global relacionado con las ICC, en las que se identifican áreas de servicios y productos vinculados al ocio las cuales proyectan la marca país. Como lo es el turismo, una actividad que es un referente en el Caribe, según El Banco Central dominicano este sector del ocio creció un 11.1% en del año 2017.

## ***II.- Educación glocal para fortalecer una marca país global***

Al parecer, el futuro de los países está asegurado, solo para aquellos gobiernos que den apertura a la “Educación Glocal”<sup>97</sup>, la que se define como un conjunto de pedagogías que se pueden globalizar sin perder la fuerza de la proyección de los valores culturales y locales de cada región, desde donde se proyectan los productos de sus ICC, sin olvidar, que el futuro depende de una educación actualizada y de calidad, para que la ignorancia no los condene a quedarse fuera del progreso cultural. Por esta razón el Estado debe invertir en recursos, para fortalecer la producción de objetos y servicios que se perciban como marca país, fortaleciéndola primero a lo interno, donde la población local sienta y disfrute lo que se exporta al mercado global.

Es por ello, que el futuro de una “Marca País capaz de ser global” dependerá del trabajo que ha de fortalecer no solo a la industria turística, sino todas las demás áreas de las ICC en las islas del Caribe, especialmente en República Dominicana, que es la región de mayor expansión económica cuya imagen se fortalece cada vez más en el mercado de las ofertas de consumo cultural, como lo apunta su Banco Central y organismos internacionales que rigen la economía mundial, dan cuenta de que América Latina y el Caribe (ALC) se encuentra en un momento decisivo.

Hechos recientes: Según estimaciones, América Latina y el Caribe creció un 0,9 por ciento en 2017, después de dos años de contracción. (...) Perspectivas: Se espera que el crecimiento de la región se acelere a un 2 por ciento en 2018 y un 2,6 por ciento en 2019. De acuerdo con las previsiones, el fortalecimiento del consumo y la inversión privados, especialmente en países exportadores de productos básicos, impulsarán el crecimiento. Riesgos: El crecimiento de la región está sujeto a considerables riesgos de desaceleración. La incertidumbre política en países como Brasil, Guatemala y Perú podría frenar el crecimiento. Las perturbaciones generadas por desastres naturales, efectos secundarios negativos provenientes de alteraciones en los mercados financieros internacionales o un aumento del proteccionismo comercial en Estados Unidos, además de un mayor deterioro de las condiciones fiscales de cada país, podrían perjudicar el crecimiento de la región. (Banco Mundial, 2018).

---

<sup>97</sup> GLOCAL, palabra formada de la fusión de los términos global y local. Cuyo significado se toma del concepto Globalización que es un término que nace de la composición entre globalización y localización, el cual se desarrolló en la década de 1980 cuando Japón expandió por el mundo las prácticas comerciales que inicio después de la II Guerra Mundial. El concepto procede del término japonés "dochakuka" (derivada de dochaku, "el que vive en su propia tierra"). Otros estudiosos dan como referencias a Ulrich Beck como el creador del término y su difusor, mientras que otros apuntan Roland Robertson profesor de la Universidad de Aberdeen en Escocia, Inglaterra como el primer autor que saca a la luz explícitamente esta idea del término.

Cuando empezamos a realizar esta tesis la República Dominicana obtuvo un crecimiento del PIB de un 7% en el 2015, sufriendo una reducción de 6.6 % en el 2016, bajando a 4.6% en el 2017, para el 2018 en el primer semestre creció 6.6% sobrepasando lo proyectado por el Banco Mundial (ver Tabla No 2.10). Lo cierto es que el Banco Mundial estima que de no tomar acciones económicas y de redirigir sus políticas públicas, seguirá decreciendo para los próximos años a un ritmo de 0.2%, hasta alcanzar para el año 2020 un 4.7 %<sup>98</sup>. Ver Tablas Nos. 2.11 y 2.12 donde se aprecian los índices de crecimiento.

TABLA No. 2.11

**PRONÓSTICOS PARA LOS PAÍSES DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE**  
(Variación porcentual anual, a menos que se indique otra unidad)

	2015 <sub>p</sub>	2016 <sub>p</sub>	2017 <sub>e</sub>	2018 <sub>p</sub>	2019 <sub>p</sub>	2020 <sub>p</sub>
▪ PIB a precios de mercado USD de 2010						
Argentina	2,6	-2,2	2,7	3,0	3,0	3,0
Belice	2,9	-0,8	0,8	2,2	1,7	1,7
Bolivia	4,9	4,3	3,9	3,8	3,4	3,3
Brazil	-3,5	-3,5	1,0	2,0	2,3	2,5
Chile	2,3	1,6	1,7	2,4	2,7	2,8
Colombia	3,1	2,0	1,8	2,9	3,4	3,4
Costa Rica	4,7	4,3	3,9	3,6	3,5	3,5
Ecuador	0,2	-1,5	1,4	0,8	0,9	1,0
El Salvador	2,3	2,4	2,1	1,8	1,8	1,9
Granada	6,2	3,9	2,4	2,2	1,2	2,1
Guatemala	4,1	3,1	3,2	3,4	3,5	3,5
Guyana	3,1	3,4	2,9	3,8	3,7	3,7
Haiti	1,2	1,4	1,1	2,2	2,5	2,5
Honduras	3,6	3,6	4,1	3,6	3,5	3,5
Jamaica	0,9	1,4	1,4	1,8	2,0	2,0
México	3,3	2,9	1,9	2,1	2,6	2,6
Nicaragua	4,9	4,7	4,5	4,4	4,4	4,4
Panamá	5,8	4,9	5,5	5,6	5,6	5,7
Paraguay	3,0	4,0	3,8	4,0	4,0	4,0
Perú	3,3	4,0	2,6	3,8	3,8	4,0
<b>República Dominicana</b>	<b>7,0</b>	<b>6,6</b>	<b>4,5</b>	<b>4,5</b>	<b>4,9</b>	<b>4,7</b>
San Vicente y las Granadinas	1,4	1,9	2,5	2,7	2,8	2,8
Santo Lucía	2,0	0,9	2,0	2,2	1,8	1,8
Surinam	-2,7	-5,1	0,0	2,2	1,2	1,2
Trinidad y Tobago	-0,6	-5,4	-3,2	1,9	2,2	1,6
Uruguay	-0,4	1,5	2,5	2,8	3,2	3,2
Venezuela, República de Bolívar	-8,2	-16,1	-11,9	-4,2	0,6	0,9

▪ e = estimación; f = pronóstico. FUENTE: Banco Mundial 2018

Mayor crecimiento económico en 2018  
América Latina

**5,6%**  
Panamá

4,9% República Dominicana

4,4% Nicaragua

Banco Mundial

<sup>98</sup> Fuente Banco Mundial, 2018. El cálculo del Producto Bruto Interno (PIB) se basa en el ejercicio económico que va de octubre a septiembre del año siguiente. [https://www.bancentral.gov.do/publicaciones\\_economicas/infeco/infeco2017-09.pdf](https://www.bancentral.gov.do/publicaciones_economicas/infeco/infeco2017-09.pdf)  
<http://www.bancomundial.org/es/region/lac/brief/global-economic-prospects-latin-america-and-the-caribbean>

TABLA No. 2.12  
**CRECIMIENTO ECONÓMICO POR REGIÓN**

	2017	2018
América Latina y el Caribe	1,2	2,2
América de Sur	0,7	2,0
América Central y México	2,5	2,6
América Central	3,4	3,5
América Latina	1,2	2,2
El Caribe	0,3	1,9


FUENTE: CEPAL (2017)



FOTOMONTAJE No.2.2. IMÁGENES ALUCIVAS AL FORO DE ECONOMICO MUNDIAL, DAVO, SUIZA.

Ante los cambios mundiales señalados en Davo, 2016, 2017 y 2018, los países de América Latina y el Caribe deben redefinir sus planes para los beneficios de sus poblaciones. Y siguiendo lo planteado en estos foros internacionales, el País debe seguir invirtiendo en las ICC para crear puestos de trabajos, especialmente en aquellos que dan apertura a las buenas prácticas del Ocio y sobre todos a las que se relacionan con las Industrias turísticas, sin olvidar la inversión en educación.

## 2.4.- SÍNTESIS DEL CAPÍTULO II

Tres instantes se pueden apreciar en este Segundo Capítulo el cual se expusieron ideas y términos que se han ido conformando a través de la historia. En este marco de concepto referentes al objeto de estudio, se pueden observar momentos donde los paradigmas del desarrollo humano se han ido conformando cual olas que remontan sobre la sociedad y traen cambios surgidos por la interrelación de la tecnología, la ciencia y el arte.

### PRIMER MOMENTO: PROPUESTA DE CLASIFICACIÓN DEL PATROCINIO

Con observación de los conceptos expuestos se propuso una posible clasificación del patrocinio incluyendo las siguientes palabras:

**LA CARIDAD** es definida por muchos historiadores y científicos sociales como: una actividad que coinciden en que el acto de darse a los demás sin ningún interés aparente y que hoy conocemos como mecenazgo o patrocinio cultural, tiene un origen más allá de su aparición y registro en el antiguo Imperio romano. Ya en la antigua Grecia, la palabra “Caridad” significaba dar algo de lo que se posee, al que no tiene o no puede tener. Esta práctica rápidamente adoptó otro concepto, el de solidaridad, que representa la acción de adhesión o apoyo incondicional a causas o intereses ajenos, especialmente en situaciones comprometidas o difíciles. Este concepto supone una relación entre iguales: compartir algo que tengo y que «debería» ser de todos, ya que todos somos iguales... (DRAE, 1992 y 2002)

**LA FILANTROPÍA** se puede advertir que es un concepto que surge en la antigua Roma. En contraposición a la caridad, el concepto “filantropía” fue introducido por Juliano II, quien se propuso restaurar el paganismo. Este tomó los avances teológicos de la Iglesia Católica, e implementó dentro de su política, unos criterios religiosos que denominó con el término “*philanthropia*” para cambiar y opacar la práctica del cristiano con su “caridad”.

**EL MECENAZGO** es otro concepto que ha trascendido desde el Imperio romano hasta nuestros días esta actividad se define como la protección a artistas, científicos, investigadores y activistas sociales, para que desarrollen sus trabajos. Este tipo de respaldo es realizado por los mecenas, nombre que se le debe a *Gaius Cilnius Maecenas*, a quien, según los historiadores especializados en la civilización, lo ubican en la Antigua roma, donde implantó el primer modelo de política cultural en los siglos 70 y 8 a. C. El término fue designado muchos siglos después por el poeta francés Clément Marot en 1526.

El Mecenazgo es un concepto que ha evolucionado sustancialmente desde la Edad Media, hoy se percibe de distintas maneras a la clásica, pues con el crecimiento de la era de la información, la comunicación y la desinformación, según apuntan los historiadores y cronistas contemporáneos, a través de la red de internet se facilita una dinámica que bien llevada a cabo se pueden desarrollar nuevos mecenas, pero que también puede desatar confusiones y pérdidas materiales y económicas entre quienes no diferencian bien lo que encierran estas actividades.

La actividad filantrópica rivaliza hasta nuestros días con la del mecenazgo, al ser asimilados ambos términos por la cultura universal como hechos de cuidado a la naturaleza humana, el amor a la creación divina y al cosmos. De manera que los términos caridad, filantropía y mecenazgo se han ido perfilando a través de sus usos desde hace dos milenios. Desde el punto de vista semántico y etimológico, se distinguen para mostrar caminos desemejantes, para alcanzar la práctica que perfila el espíritu cívico, el humanitarismo, el trabajo social y el desarrollo individual logrado por las donaciones privadas y voluntarias ofrecidas a personas individuales y a colectivos, para beneficiar la comunidad.

**Comprender las diferencias entre los términos:** “*sponsoring, endorsement y crowdfunding*” que en castellano se traduce como: “patrocinio, endoso y micromecenazgo” fueron de gran importancia para diferenciar y comprender sus orígenes y significados. El primero de estos tres últimos conceptos proviene del latín *patrocinium*, que se refieren a varios tipos de ayudas, que se pueden ofrecer para implementar alguna forma de “*otium o negotium*”. *Otium* en el ámbito del patrocinio Cultural, en el mundo de las Industrias del Ocio, o las Industrias Culturales y Creativas que de manera general significa dar respaldo material a alguien que quiere hacer algo para sí o para los demás; y *negotium* en el ámbito de los negocios se le conoce como patrocinio comercial, “*Endorsement*” en inglés desde donde se ha tomado el término para referirse a un tipo de patrocinio comprometido con la actividad comercial, que se entiende como: endosar, respaldar, patrocinar, palabras sobre las cuales se construyen otros términos modernos de reciente surgimiento o readaptación de sus significados, dando origen a conceptos como: Publicidad Patrocinadora, Falso Mecenazgo, o Filantropía Encubierta (patrocinios semi-interesados). Estos conceptos que dan origen a otros como: Cooperación de Marcas (*Cobranding*), la Responsabilidad Social Empresarial o Responsabilidad Social Corporativa (RSE o RSC), una estrategia de manejo de imagen y marca de las empresas para lograr un acercamiento con los consumidores. La RSE es una maniobra administrativa que tomó gran relevancia en el mundo corporativo en la

década de los 90 que se inició como parte de la estrategia de relaciones públicas, la cual tiende a confundirse con las actividades de los mecenas, los filántropos o las personas caritativas. Hoy este tipo de ayuda interesada de las empresas de negocios se confunde con la actividad personal de crecer en el ámbito del tiempo dedicado al ocio y al disfrute de la cultura. Es urgente, que todos estos conceptos se difundan en una adecuada clasificación que ayude a diferenciarlos en este nuevo milenio.

#### SEGUNDO MOMENTO: MEDICIONES SOBRE EL BIENESTAR Y EL CONSUMO CULTURAL

En esta parte del capítulo se enfocó la conexión del fenómeno del ocio con el patrocinio cultural a través de la correlación de las actividades productivas, donde el trabajo y el tiempo libre se interaccionan para hacer cambiar el comportamiento de las personas a través del ocio. También se presentó una serie de estudios que demuestran la relación entre bienestar, salud, comodidad, tranquilidad, seguridad, despreocupación, prosperidad, obtenidos a través de los apoyos que reciben Industrias Culturales y Creativas (ICC) para que produzcan servicios en procura de satisfacer la demanda de momentos de felicidad a través del consumo cultural.

Dentro de estos estudios se encontraron los que la Gallup World Poll (GWP) viene realizando desde hace cinco (5) años en más de cien países del globo terráqueo, en los cuales ha salido a relucir, que los latinoamericanos son los más positivos en el mundo, al demostrar su carácter optimista en una medición que se publica “El Día Internacional de la Felicidad” que se celebra el 20 de marzo de cada año. Los datos de 2017 dieron a conocer los 10 países que obtuvieron los primeros lugares, al preguntar a una muestra representativa de personas sobre, sus experiencias positivas en el día anterior a la encuesta. (Ver Tabla No.2.3 Índice de Experiencia Positiva en el Mundo).

Otra de las mediciones se refiere indirectamente al ocio a través de la obtención de tranquilidad, seguridad y la despreocupación, es el que *Happy Planet Index* (HPI) que comenzó a realizarse desde el 2012, (Ver Tabla No.2.4) en donde se evaluó esta vez a 140 países del mundo sobre la “Felicidad”, dentro de los primeros 30 puestos, 12 países latinoamericanos ocuparon importantes lugares. La República Dominicana ocupó el puesto 45, Haití, el lugar 57, Puerto Rico se incluye dentro de los datos de EEUU”, su lugar en ese ranking es el 108 y Cuba no presenta ningún dato. Sin embargo, en un cuadro comparativo para el Caribe Insular realizamos una acomodación de datos en donde los países antillanos quedaron en el siguiente orden: 1.- Jamaica, 2.- Cuba, 3.- República Dominicana, 4.- Haití,

5.- Puerto Rico\* (Ver Tabla No.2.5). Lo expresado por los encuetados se puede comparar con lo afirmado por múltiples investigaciones que se sintetizan en el “Decálogo del Ocio”, estructurado por el Instituto de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto (2011), la Carta Internacional para la Educación del Ocio. WLRA y la Carta Internacional para la Pedagogías del Ocio de la Asociación Europea de Ocio y Recreación (1993).

Otras mediciones toman en cuenta aspectos políticos y sociales de países que ya tienen más controladas sus economías y que, por supuesto, los resultados de los países más felices a nivel global resultan ser los que tienen mayor inversión social (educación y empleo) (Ver Tabla No.2.6). Pero, aquí de lo que se trata es de decir, que cuando se habla de experiencias positivas en estas mediciones se refieren a las que han sido obtenidas por verdaderas prácticas de ocio. Donde el papel de las ICC sale a relucir como el sector que está creciendo en este siglo XXI, dado que su desarrollo afecta el PIB a nivel global.

Hoy se identifica este fenómeno económico a nivel global como el surgimiento de la Economía Creativa o la Economía Naranja, el cual comenzó a aclararse desde el 2010, al delimitar y definir la relación entre trabajo asalariado, economía, cultura, ocio y comunicación, eliminándose las fronteras entre los dominios de cada concepto, saliendo a flote las bondades e interrelación entre estos, cuyos beneficios se están dando a conocer en Europa y Latinoamérica como Industrias Culturales y Creativas (ICC), definidas en los foros de la UNESCO, como: Aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial. (Ver Infografía No. 2.4. Clasificación General de Industrias Culturales Creativas del Siglo XXI y Mapa Conceptual No. 2.4 sobre el ordenamiento de las ICC).

En estudios hechos desde el 2009 al 2016 se pudieron comprobar las actividades más practicadas por los jóvenes de 15 años en adelante, tanto en Latinoamérica como Europa, en donde se puede observar las cinco (5) actividades culturales que más se practican en Latinoamérica son: 1.- Asistir a recitales o conciertos músico-vocales; 2.- Ir al teatro, 3.- al cine; 4.- Visitar algún lugar del patrimonio material (museos, parques y plazas públicas); 5.- Asistir a celebraciones comunitarias (fiestas patrias, religiosas...), mientras que los dominicanos acostumbran: 1.- Ir al cine, 2.- Asistir a eventos culturales (conciertos y presentaciones músico-vocales...), 3.- Ir a parques naturales (playa, zona rural...), 4.- Visitar lugares históricos y museos, 5.- Asistir al teatro.

**TERCER MOMENTO: DESAFÍO DE CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIAS DEL OCIO EN EL CARIBE INSULAR**

En esta parte del cierre de este capítulo se reconoce que las ICC continúan creciendo y ampliando sus ofertas, las cuales siguen moldeándose en la dirección que traza el comportamiento de los ciudadanos, quienes cargados de variadas actitudes frente a las normas cívicas se manifiestan en los diferentes escenarios situados en espacios públicos. Lugares que son creados y desarrollados en procura de aumentar la variedad de ofertas turísticas, las que se constituyen en actividades comerciales que involucran el consumo de las Artes y el Patrimonio bajo las cuales se recogen la herencia.

El crecimiento de la ICC fue fruto de acciones proactivas ante los cambios tecnológicos, que abrieron campo para la conectividad, el internet de las cosas y la eliminación de la brecha digital que influyen activamente en el futuro del mundo crenado nuevos puestos de trabajos. Hay que tener en cuenta que más de una profesión están en la lista de desaparición, pues el desarrollo tecnológico nos da una alerta, nos presenta un aviso que ya muchos pueblos han escuchado. Y Latinoamérica no se ha quedado atrás, por ello invierte para crear puestos de trabajo en el ámbito de la cultura, para dar respuesta ante los elevados índices de desempleo que han de llegar con el crecimiento tecnológico.

Un punto muy importante para crear empleo en la República Dominicana es difundir de manera planificada los beneficios del ocio vinculado al turismo, una de las actividades de recreación y diversión que más se practica en la región. A pesar de que el concepto ocio está bastante difundido en Europa, en Latinoamérica y muy particularmente en el Caribe Insular, ahora comienza a despejarse, pues aún, está muy arraigado el activismo social y la recreación, dado que sus funciones de ocupar un tiempo libre con sus prácticas de actividades reparadoras de la salud física y mental, tiende a confundirse con el ocio.

Un hallazgo significativo es que ya se ha comenzado a comprender que la economía es afectada positivamente por los puestos de trabajo que se crean en esta área de las ICC, en las cuales se generan productos y se crean nuevos espacios para la práctica de ocio y negocios que contribuyen al PIB nacional (Economía Creativa y/o Economía Naranja). Los mismos también ayudan a crear conceptos como “Marcas Sectoriales y Marca País”, que en conjunto se complementan para fortalecer las estrategias de posicionamiento en el mercado global, donde se promueve las buenas prácticas del ocio dentro de la economía creativa. Es una razón más que válida por la cual los países invierten en ocupar los primeros lugares en las mediciones que los proyectan como los primeros en un área de actividad cultural.

## IDEAS PRINCIPALES VINCULADAS CON EL OBJETIVO II

Las conclusiones de este capítulo dos develan acciones que debemos tomar en suelo dominicano para promover acciones puntuales de Patrocinio Cultural, entiéndase Mecenazgo, Filantropía o algunos de los conceptos surgidos a partir de estos, tales como: *Sponsoring, Endorsement y Crowfounding*”, que en español se traduce como: Patrocinio, Endoso, Micromecenazgo.

La variable de estudio: funciones del mecenazgo a través de proyectos de ocio en poblaciones deprimidas ha sido estudiada en fuentes documentales de diversos orígenes, las informaciones encontradas fueron expuestas en tres momentos en este capítulo, lo que permitió una observar los puntos de vistas de sus respectivos autores respecto a los conceptos relacionados con la variable señalada. Se completó el marco teórico de esta tesis y lo contrastamos con la realidad dominicana lo que nos permitió sugerir lo siguiente:

- 1.- Proponer una clasificación del concepto patrocinio.
- 2.- Divulgar la necesidad y beneficios de las prácticas del ocio.
- 3.- Proponer que se tome en cuenta las prácticas el ocio en la Educación.
- 4.- Difundir una Educación del ocio en las instituciones educativas.
- 5.- Divulgar las teorías y beneficios del patrocinio cultural (*Mecenazgo, Filantropía*).
- 6.- Crear observatorios de la cultura del ocio en los dominicanos.
- 7.- Promover el concepto marca país en conjunto conjuntamente con las Industrias Culturales y Creativas.

Los anteriores puntos fueron confirmados en el capítulo cuatro en donde se aprecia como bien se aprecia que los testigos y encuestados coincidieron al externar sus respuestas sobre el objeto de estudio, confirmando sus niveles de conocimiento sobre Ocio, Mecenazgo y Políticas públicas.

Visto este resumen se puede confirmar que se han tocado e identificado términos para hacer el marco teórico de esta tesis. Logrando así lo que nos planteamos en el objetivo específico II.- Conocer las funciones del mecenazgo en el desarrollo local a través de proyectos de ocio.

## SEGUNDA PARTE



## ESTUDIO EMPÍRICO



**CAPÍTULO III**  
**CONTEXTO Y METODOLOGÍA**  
**DE LA INVESTIGACIÓN**



**VISTA AÉREA DE LA CIUDAD COLONIAL DE SANTO DOMINGO DE GUZMÁN, fundada en 1505.**  
Se aprecia en primer plano varias edificaciones de finales del siglo XIX y de mediados del siglo XX.  
Excepto la Iglesia de Nuestra Señora de la Altagracia, que se aprecia a la izquierda inferior de la foto, que es del 1503;  
al lado más a su derecha, se aprecia la ruina de primer hospital de América, San Nicolás de Bari de 1503  
y al fondo el río Ozama.

**FOTOGRAFIA NO. 3.0.** (Fuente: Revista Aquitexto.com)

## ❖ PREÁMBULO

En este tercer capítulo se abre el estudio empírico de esta tesis. En los dos anteriores capítulos se realizaron los estudios de los aspectos relacionados con el objeto de estudio. En el primer capítulo se expusieron las teorías más difundidas y aceptadas sobre el desarrollo del ocio, sus beneficios y la importancia de difundir su pedagogía dentro de la educación formal e informal. También se tocaron aspectos relacionados con el patrocinio cultural en comunidades pobres, así como los retos que el país debe vencer para implementar una Ley de Mecenazgo. En el segundo capítulo se presentaron conceptos afines con el mecenazgo, el patrocinio, la cultura y otros temas sobre la importancia del manejo y difusión de estos conceptos, muy útiles para el bienestar social y el disfrute del ocio a través de las Industrias Culturales y Creativas.



FUERTE: *Elaboración propia*

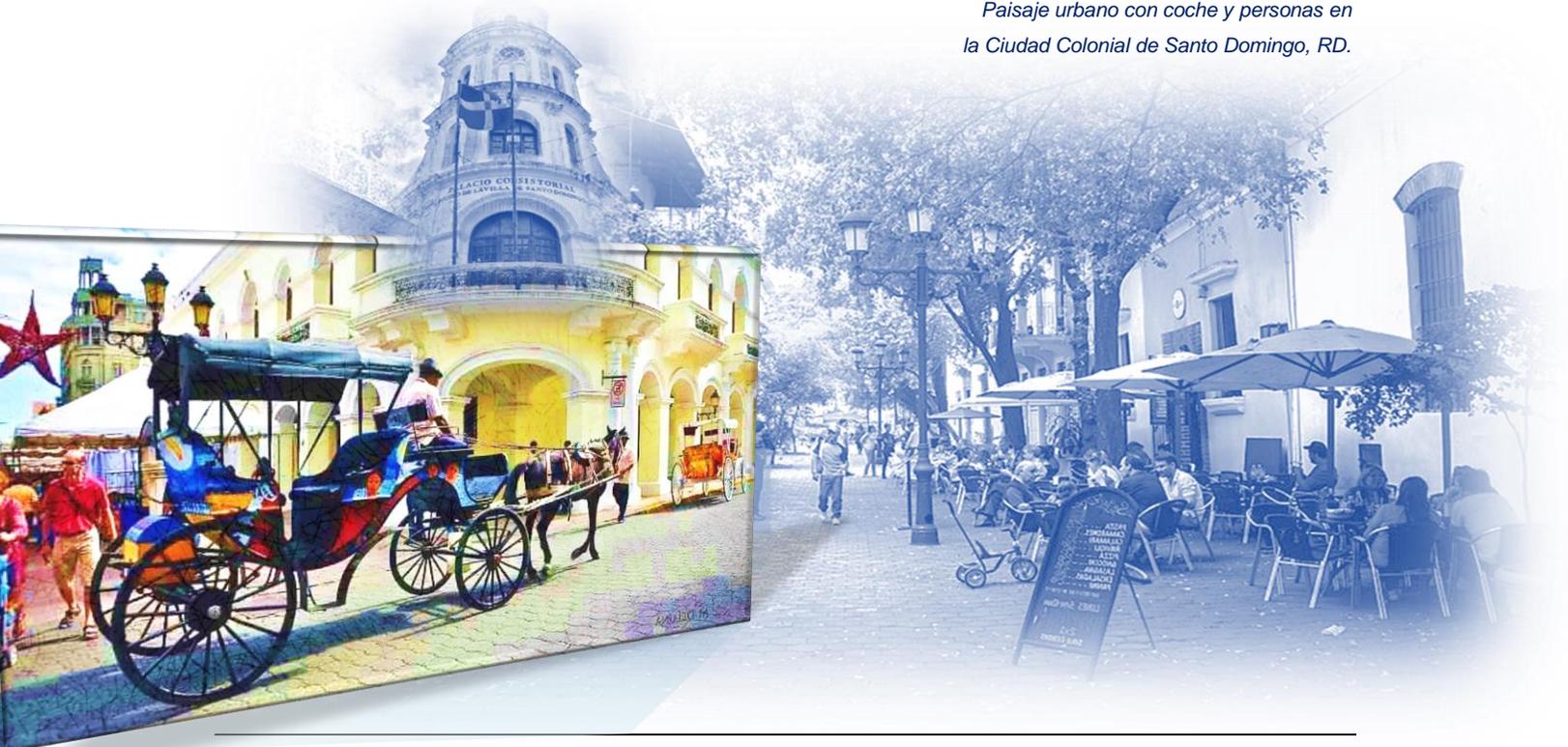
En este tercer capítulo se abre un marco reflexivo sobre las zonas geográficas que son representativas de comunidades deprimidas que componen la Ciudad Colonial de Santo Domingo de Guzmán (CC-SD). No sin antes hacer un enfoque general sobre el mapa de la pobreza del país. Los contenidos de este capítulo se fundamentaron en dos iniciativas. Una partió del Estado con apoyo del sector privado que opera a nivel comercial en el casco histórico. Ambos sectores (público y privado) se coordinaron para revitalizar la Zona Colonial a través de un amplio programa de incentivo al turismo. Esta primera intervención fue realizada a través del Ministerio de Turismo con el Programa de Fomento al Turismo en la Ciudad Colonial de Santo Domingo (PFTCC-SD), realizado durante el periodo 2012-2018, del cual se expondrán importantes datos más adelante.

La otra iniciativa fue un trabajo de parte de la Alcaldía de la ciudad, como parte de su gestión de gobierno 2016-2020, en donde busca reorganizar el rescate y uso correcto de los espacios del Santo Domingo de Guzmán, con el Plan de Ordenamiento Territorial del Distrito Nacional (POT-DN), Capital 2030. Iniciado en octubre del 2017 y presentado a la comunidad en 2018. Este plan contiene los lineamientos de organización territorial del Distrito Nacional, que busca armonizar la relación entre actividades socio económicas, distribución y uso del suelo, así como uso de los recursos naturales de la ciudad capital y por supuesto el uso de los espacios para prácticas de ocio.

En este capítulo III se utilizaron cuatro instrumentos de recolección de datos e informaciones que se describirán a partir del punto 3.4, donde se exponen los espacios de ocio en la “Ciudad Primada de América”. Luego, describiremos la escogencia del método y el diseño de los instrumentos que permitieron el nivel del patrocinio en la zona. También hemos identificado las personas físicas y jurídicas responsables por el desarrollo de esta importante ciudad en el Caribe Antillano, los mismos se constituirán en testigos privilegiados quienes aportarán informaciones para esta tesis.

FOTOMONTAJE No.3.1.

*Paisaje urbano con coche y personas en  
la Ciudad Colonial de Santo Domingo, RD.*



### 3.1.- PLAN DE RESCATE DE LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO

Al comenzar esta tesis el Plan de Ordenamiento Territorial, Capital 2030 (POT-C/2030)<sup>99</sup> no se había iniciado. Es a partir de 2017 que el mismo fue iniciado y el 8 de mayo de 2018 que se dio a conocer a la comunidad. El alcalde David Collado (2018) informó que este proyecto generará las condiciones para trabajar en conjunto con todas las instituciones y organizaciones que intervienen en el desarrollo del territorio y área metropolitana. El POT pretende lograr en doce años una ciudad con reglas que incentivarán y fortalecerán la inversión nacional y extranjera. Con este plan se establecerá la reglamentación para que las construcciones se apeguen a las normas de edificación, se implementen los controles para la circulación vial y la comunidad tenga la oportunidad de vivir en una ciudad compacta, sostenible, equitativa, resiliente y emprendedora. Las definiciones de estos conceptos vinculados con la visión de la ciudad capital más vivible, pueden verlas en la página siguiente en la Infografía No. 3.1.

Los datos proporcionados por este POT-C/2030 han servido para comparar los datos que ya habíamos obtenido, sus fuentes de información fueron las mismas que utilizamos, salvo las que aportaron datos sobre la planificación presupuestaria. También es importante aclarar, que este POT es solo un anteproyecto que aún debe seguir siendo discutido. En palabras del alcalde Collado se pudo advertir que el plan fue elaborado con los sectores empresariales de la ciudad y personalidades entendidas en la materia, pero que el mismo debe ser consensuado antes de ser sometido ante el Concejo de Regidores de la Alcaldía de Santo Domingo para su aprobación final y puesta en ejecución. Aparentemente la decisión de presentar este POT-C/2030 a la opinión pública, crea un conflicto con los trabajos que está haciendo el Ministerio de Turismo y el de Cultura, entrando en una lucha por el manejo de los nuevos fondos para la segunda fase de rescate de la CC-SD.

En una reunión del CCCC-SD realizada el 21 de junio del 2018 a la cual asistimos como parte de la comunidad, se informó de los detalles arquitectónicos que se afectarán en la ciudad, en el marco de la realización en la Fase II de remozamiento de la Zona, quedando pendiente la información sobre la aprobación de los fondos para la segunda etapa de ese remozamiento. La etapa del PFTCC-SD al parecer está detenida. No se han liberado los recursos desde el Ministerio de Hacienda hacia los organismos que dirigen los trabajos en

---

<sup>99</sup> MÁS INFORMACIÓN DEL (POT-C/2030) [http://adn.gob.do/pot/1-PLAN-DE-ORDENAMIENTO-TERRITORIAL-\(POT\)/1.1-POT-Capital-Documento-Preliminar-Oct2017.pdf](http://adn.gob.do/pot/1-PLAN-DE-ORDENAMIENTO-TERRITORIAL-(POT)/1.1-POT-Capital-Documento-Preliminar-Oct2017.pdf) Declaraciones ofrecidas por el alcalde David Collado a la comunidad: <https://www.diariolibre.com/noticias/ciudad/adn-presenta-plan-ordenamiento-territorial-a-empresarios-y-sectores-JL9814784>

la Zona Colonial. Esto es un gran retraso para la ciudad, sin embargo, esta realidad no influye el desarrollo de esta tesis ni en sus conclusiones. Solo lo hemos mencionado como un dato al margen relacionado con el patrocinio para el desarrollo cultural de la Zona.



INFOGRAFÍA NO. 3.1. Facsímil del informe del Plan de Ordenamiento Territorial de la Ciudad de Santo Domingo<sup>100</sup>

<sup>100</sup> **COMPACTA.** Una ciudad que favorezca el uso mixto, con espacios públicos de calidad que interconecten el tejido urbano y promuevan la intermodalidad de los desplazamientos, utilizando las facilidades de transporte público colectivo (Metro y BRT), en mayor medida que el vehículo privado. Centro del área metropolitana, con la que se conecta por arterias y corredores de fácil circulación y con una densidad urbana que evite la necesidad de grandes desplazamientos.

**SOSTENIBLE.** Una ciudad que valora y promueve su Infraestructura verde (acuíferos: Mar, ríos, arroyos y cañadas, reservas ecológicas, parques urbanos) y que respeta sus recursos naturales, integrándolos a los procesos de desarrollo, recuperando zonas vulnerables a las amenazas climáticas. Que reduce sus residuos a través de la separación, clasificación y reciclaje.

**EQUITATIVA.** Una ciudad que promueve la Identidad cultural de sus barrios y la vida urbana, Inclusiva, accesible y asequible con espacios públicos seguros y equipamientos de calidad en todos sus barrios.

**RESILIENTE.** Una ciudad que conoce los riesgos humanos, sociales y medioambientales y es capaz de resistir y de recuperarse rápidamente, minimizando el impacto y la vulnerabilidad de sus ciudadanos.

**EMPRENDEDORA.** Una ciudad que genera empleos de calidad en diversas áreas de la economía, que promueve, y fortalece el emprendimiento en diferentes escalas y que genera alianzas para la formación, de sus ciudadanos.

**VIVIBLE.** Una ciudad que promueva la calidad de sus espacios públicos y la importancia del peatón. Con equipamientos y servicios de alta calidad, usos compatibles y amenidades urbanas que, promueve el uso y disfrute de sus espacios públicos y el crecimiento ordenado y sostenible, de su territorio. (POT, pp.43-44).

## 3.2.- MAPA DE LA POBREZA EN LA REPÚBLICA DOMINICANA

Antes de exponer los niveles y situación de indigencia de las personas que ocupan uno de los territorios más hermoso en el Caribe Insular, veamos una reseña que ilustra la historia de la gente que ocupa este espacio geográfico de América Central.

### 3.2.1.- Reseña de momentos de la historia dominicana

La historia del primer asentamiento europeo en América se origina con la llegada de Cristóbal Colón en 1492 a esta isla caribeña donde cohabitaban “los Taínos” y “los Caribe”, antiguos pobladores que llamaban Bohío, Quisqueya (*que significa madre de todas las tierras*) y Ayití (*tierra de altas montañas*), y que el Almirante Colón la registro en su bitácora con el nombre de “La Española”, incluyendo la parte que hoy ocupa la República de Haití.

A fines de 1493 se levantó La Isabela, primer municipio del Nuevo Mundo. Poca vida tuvo esta población pues el descubrimiento al sur del territorio de unas minas de oro próximas al río Haina hizo que la colonización se trasladase hacia esa zona meridional. En agosto de 1497 se levantó el primero de dos asentamientos que tendría la ciudad. Aunque la fecha de fundación de Santo Domingo no está probada documentalmente sí sabemos que fue Bartolomé Colón quien la erige después de haber sido destruida por un huracán en 1502 quien la hizo reconstruir en otro sitio cercano, dándole el nombre bien por haber llegado a ella un día de domingo o en memoria del padre de los Colón que así se llamaba (Checo; Maggiolo; Mateo y González, 1998). (Ver Fotografía No. 3.2)

El diseño original de la ciudad y una gran parte de su muralla defensiva, todavía se puede apreciar hoy en día en la Zona Colonial, la cual llegó a ser conocida como la "puerta de entrada al Caribe". Declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1990. La Zona Colonial, bordeada por el río Ozama, tiene también una impresionante colección de edificios del Siglo XVI, incluyendo casas palaciegas e iglesias que reflejan el estilo arquitectónico de la época medieval, mezclado con estilos clásicos y modernos. (FUNGLODE, 2014).



FOTOGRAFÍA No. 3.2  
MAPA ANTIGUO DE SANTO DOMINGO

- SERIE DE EVENTOS QUE MARCAN MOMENTOS CRÍTICOS EN LA REPÚBLICA DOMINICANA.

Es importante ver la cronología de hechos, fenómenos y situaciones de los instantes que han marcado el crecimiento físico del país, los cuales presentamos en la siguiente Lista No. 3.1, en donde se ubican fechas importantes que sitúan los cambios políticos y económicos en los últimos quinientos años.

**LISTA NO. 3.1****CRONOLOGÍA DE LA HISTORIA DOMINICANA**

4000 A.C. a 3500 A.C. Inicio de asentamientos indígenas de las Antillas.

400 A.C. Ocupación de Las Antillas por grupos agricultores de origen arahuaco, llegados de la costa venezolana.

1000 D.C. Desarrollo de la cultura taína en Las Antillas, iniciadores de la agricultura y la cerámica en la isla.

**1492. Cristóbal Colón descubre la costa norte de Santo Domingo.**

*[Se funda el Fuerte de la Navidad, destruido luego por los indígenas]\**

1493-1494. Colón funda la villa de La Isabela en el norte del país.

**1496. Bartolomé Colón funda la ciudad de Santo Domingo a la zona oriental del río Ozama.**

1499. Se introducen los primeros esclavos negros.

1500. La Corona Española destituye a Colón como gobernador de la isla y nombra en su lugar a Francisco de Bobadilla.

**1502. Nicolás de Ovando toma posesión como gobernador.**

*[Traslada la ciudad a la orilla occidental, después de haber sido destruida por un ciclón.]\**

1509. Diego Colón es nombrado gobernador.

**1511. Se establece la Primera Real Audiencia. Fray Antón Montesino publica su sermón en defensa de los indígenas.****1514. Primer repartimiento general de indios, tomando las observaciones del sermón de Fay Antón de Montesino.**

1516. Se inicia la industria azucarera, con la traída de los negros a la isla.

1519.1545. Rebeliones de los esclavos negros e indígenas.

1586. Francis Drake ocupa y saquea la ciudad de Santo Domingo.

1605.1606 Devastaciones de Osorio. Siguen las rebeliones.

1629.1668. Lucha entre españoles y franceses por el control de la Isla Tortuga.

1697. España reconoce la ocupación francesa de la parte occidental de la isla.

1715. Lucha entre españoles y franceses por el territorio de La Española.

**1731. Autoridades de las dos colonias firman acuerdo de límites fronterizos.**

1777. Tratado de Aranjuez fija los límites fronterizos.

1791-1795. Lucha continúa entre las dos colonias. Tratado de Basilea: *España cede a Francia el Santo Domingo español.*

1801. Toussaint Louverture invade la colonia española de Santo Domingo.

1804. Dessalines proclama el nacimiento de la República de Haití.

*[Se restablece la esclavitud, abolida por Francia en la colonia española]\*...*

**1805. Dessalines invade la colonia española.**

1809. Los franceses desocupan Santo Domingo. La colonia vuelve al dominio de España.

1810.1821. Período de la España Boba. (Miseria en la colonia española).

1822-1844. El presidente haitiano Jean Pierre Boyer invade la colonia española y la une políticamente a Haití.

*Continúa en la próxima página*

**1844. El grupo de jóvenes llamados “Los Trinitarios” dan un golpe de Estado y proclaman la fundación de la República Dominicana,**

*(nombran a Francisco del Rosario Sánchez como presidente.*

*Pedro Santana toma control de la Junta. Se promulga la Constitución de la República Dominicana.*

*Santana es elegido presidente de la República.*

**1849. Fuerzas haitianas invaden nuevamente República Dominicana.**

*[Son derrotadas en las batallas de El Número y Las Carreras]\**

1855. España reconoce la independencia dominicana.

1858. Se proclama una nueva Constitución liberal en Moca.

1860-1863. Anexión a España, a solicitud de Santana.

1863. Guerra de la Restauración.

1867. Tratado de Paz entre Haití y República Dominicana.

**1916-1924. Primera ocupación militar norteamericana.**

**1930. inicia la dictadura de Rafael Leonidas Trujillo**

1930. Huracán de San Zenón. (la ciudad fue arrasada en más de un 90%)

1937. Matanza de Haitianos por orden de Trujillo.

1941. Tratado Trujillo-Hull recupera independencia financiera dominicana.

1960. Asesinato de las Hermanas Mirabal.

**1961. Trujillo muere asesinado.**

**1962. Juan Bosch es elegido presidente.**

*[Primer Gobierno elegido a través de una elecciones democráticas y limpias.]\**

1963. Se proclama una nueva Constitución.

**1965-1966. Segunda ocupación militar norteamericana.**

**1970-1978. Balaguer es presidente (dos períodos gubernamentales consecutivos).**

*[ La industria se desarrolla y la ciudad crece debido a la construcción física.*

*Se celebran en Santo Domingo los XII Juegos Centro Americanos y del Caribe.]\**

**1978. Antonio Guzmán es elegido presidente.**

1979. Ciclón David causa más de 2,000 muertos.

1982. Antonio Guzmán se suicida. *[Jacobo Majluta, su vicepresidente gobierna por 40 días.]\**

**1982-1986. Salvador Jorge Blanco es elegido presidente.**

**1986-1996. Balaguer es presidente. (Por segunda vez)**

*[Pacto por la Democracia reduce último período de Balaguer a dos años, y reforma la Constitución*

*para prohibir la reelección presidencial y establecer segunda vuelta electoral.]\**

**1992. La UNESCO declara la Zona Colonial de la Santo Domingo Patrimonio de la Humanidad \***

**1996-2000 Leonel Fernández es elegido presidente. (Pacto Patriótico).**

1998. Muere José Francisco Peña Gómez.

1998. Huracán George produce grandes daños y cientos de muertos en el país.

**2000. Hipólito Mejía es elegido presidente.**

2001. Muere Juan Bosch.

2002. Muere Joaquín Balaguer.

2002. La Asamblea Nacional reintroduce la reelección presidencial en una reforma Constitucional.

2003. Se celebran en Santo Domingo los XVI Juegos Panamericanos.

2003. Fuerte crisis en el sistema financiero nacional,  
*[por la quiebra del Banco Intercontinental (Baninter),  
 la Inflación y devaluación afectó la economía nacional alarmante]\*.*

**2004-2008. Leonel Fernández es elegido presidente, (Por segunda vez) \***

**2008-2012. Leonel Fernández es elegido presidente, (Por tercera vez) \***

*[En este gobierno se le da gran importancia a las Industrias Culturales y Creativas y al desarrollo económico.]*

**2012-2016. Danilo Medina Sánchez es elegido presidente.**

**2016-2020. Danilo Medina Sánchez, (es reelegido para un nuevo período gubernamental).**

*[Este mandatario le ha dado fuerte apoyo a la educación para hacer cambios trascendentes al currículo escolar, habiendo posibilidades para el desarrollo de las artes, el deporte, el turismo en sus diferentes variantes y la micro empresa. Ha intervenido la Zona Colonial de Santo Domingo para su remodelación y al desarrollo turístico.]\**

Fuente Documental. Fundación Global (2004)<sup>101</sup>.

Un dato importante para esta contextualización es que “la República Dominicana comparte con Haití la isla La Hispaniola, que es la segunda en extensión y biodiversidad después de Cuba, en el archipiélago de las Antillas Mayores. El país presenta una de las economías más importantes de la región del Caribe, registrando en los últimos veinte años las tasas de más alto crecimiento en Latinoamérica, con un incremento promedio del PIB en torno al 5,4% anual, según datos del Banco Mundial” (POT-SD, 2018, p.4). Es de las pocas islas en las que dos países con costumbres e idiomas diferentes comparten un territorio. Lo que ha llevado a que sus culturas se mezclen atendiendo a conveniencias geopolíticas, las cuales comenzaron en el siglo XVI con inicio de la industria azucarera, cuando se trajo desde África mano de obra esclava. Según la historiografía nacional esta mezcla se aceleró entre los años 1807 a 1867, en donde están las raíces de un “aparente racismo inducido” que ambos países manejan según sus intereses. (Ver los puntos marcados en la Lista No.3.1).

La anterior cronología presenta momentos trascendentes ocurridos durante los últimos 500 años, a través de los cuales la ciudad ha crecido en todos los ámbitos, manteniendo su belleza natural. Santo Domingo de Guzmán es una de las ciudades de mayor relevancia a nivel nacional, de la isla es el principal centro industrial y comercial, financiero, político y foco cultural; las más importantes industrias del país están ubicadas en su territorio. Santo Domingo de Guzmán está emplazada sobre la llanura costera del Caribe entre las cuencas de los ríos Ozama e Isabela. Fue fundada entre el 1496 y 1498 en la margen oriental del

<sup>101</sup> NOTA ACLARATORIA: Lo resaltado en color y escrito itálica entre [\*] es incluido por quien realiza esta investigación, para actualizar los datos y poder indicar los momentos en que los gobiernos de la República Dominicana han intervenido a la Zona Colonial o cuando algún fenómeno meteorológico la ha afectado. Los datos fueron tomados de diferentes fuentes.

río Ozama, próximo a su desembocadura al mar Caribe. Es considerada actualmente como Ciudad Grande o área metropolitana dentro del sistema de ciudades caribeñas, dadas sus características demográficas y espaciales. Este hecho la sitúa como la principal ciudad en cuanto a tamaño en la subregión insular del Caribe, que agrupa desde Jamaica, Cuba, Haití, la República Dominicana y la isla de Puerto Rico (Informe Geo S.D; 2007).

En la Lista No. 3.1, Cronología de la Historia Dominicana vista anteriormente, descartamos (en franjas y letra oscura) los momentos en los cuales se ha estado trabajando para reducir la “brecha entre ricos y pobres”. Un dato relacionado con este problema social en la isla es la defensa de los indígenas en 1511 hecha por Fr. Antón de Montesino, a quien consideramos como el primer defensor del ocio en América, al amparar y proteger a la población nativa de la explotación, del maltrato físico y la violación de su derecho al descanso. Las fechas resaltadas indican instantes en los cuales se ha hecho inversión en el turismo, el deporte, la cultura y la educación. Dentro de esos períodos gubernamentales se destacan los que surgieron a mediados de la década del 90, en cuyos espacios de tiempo la economía promedió su crecimiento en un 5.4% del PIB entre el 1992 y 2014, la cual continuó creciendo hasta ser una de las 15 economías de más alto índice, proyectando el país como uno de los mejores para hacer negocios en América Latina.

Según el Banco Mundial (2016) República Dominicana tuvo la economía de más crecimiento en la región en el período 2014 y 2015, con un PIB real que se situó en el 7%, gracias al crecimiento de la construcción, la manufactura y el turismo, renglones que siguen en aumento, al igual que la demanda de productos y servicios. Producto de este crecimiento en el 2015 se produjo una inflación por debajo del 1% en promedio, permitiendo la creación de empleos.

Para el 2017 los niveles de pobreza se redujeron un 11.8 % en los últimos cuatro años, la tasa descendió de 34.9% en 2012 a 23.1% en 2016. Según el informe obtenido a través de la aplicación del “Índice de Pobreza Multidimensional para América Latina” desarrollado por el CEPAL y OPHI<sup>102</sup>. “Luego de permanecer ligeramente estancada en los años previos. Esta caída fue ligeramente superior a la lograda en igual período en el caso de las tasas de

---

<sup>102</sup> “En la última década en ámbito internacional se viene desarrollando y promoviendo para la medición de la pobreza el Índice de Pobreza Multidimensional (IPM), propuesto por OPHI (*Oxford Poverty Human Development Initiative*), el grupo de pobreza de la Universidad de Oxford. Los resultados de la versión denominada IPM-global, conformado por 3 dimensiones y 10 variables, se vienen publicando desde 2010 en los Informes Mundiales de Desarrollo Humano del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), para los países que tienen encuestas de hogares con datos de salud”. (Morillo 2017, p.4).

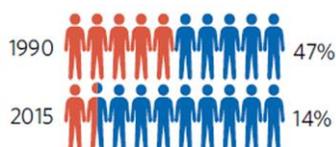
pobreza monetaria oficial. El principal determinante de la caída en la tasa de pobreza multidimensional de 2012 a 2016 fue el mejoramiento en el ingreso del hogar, seguido por posesión de bienes duraderos, provisión de agua potable, logros educativos y hacinamiento.” (Morillo, 2017, p.21) urgencias que una vez cubiertas dan paso para satisfacer las necesidades de ocio y continuar trabajando para lograr el cumplimiento de los objetivos del milenio y mantenerlos<sup>103</sup>.

Isidoro Santana, ministro de Economía Planificación y Desarrollo del país, destacó que el principal determinante de la caída en la tasa de pobreza multidimensional de 2012 a 2016 fue el mejoramiento en el ingreso del hogar, seguido por posesión de bienes duraderos, provisión de agua potable, logros educativos y hacinamiento (Pimentel, 2017). (ver Gráfico 3.1 y fotografías 3.3 y 3.4).



GRÁFICO No. 3.1.  
EVOLUCIÓN DE  
LA POBREZA.

#### Tasa de pobreza extrema en países en desarrollo



FOTOGRAFÍAS Nos. 3.3 y 3.4 (Autor E. Larizza).

<sup>103</sup> LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS), también conocidos como Objetivos Mundiales, son un llamado universal a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad. Estos 17 Objetivos se basan en los logros de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, aunque incluyen nuevas esferas como el cambio climático, la desigualdad económica, la innovación, el consumo sostenible y la paz y la justicia, entre otras prioridades. Los Objetivos están interrelacionados, con frecuencia la clave del éxito de uno involucrará las cuestiones más frecuentemente vinculadas con otro. (PNUD, 2018, web.undp.org) [http://www.do.undp.org/content/dominican\\_republic/es/home/sustainable-development-goals.html](http://www.do.undp.org/content/dominican_republic/es/home/sustainable-development-goals.html)

### 3.2.2.- ¿Cuán pobre es la ciudad Santo Domingo de Guzmán?

Si bien es cierto que en las últimas dos décadas la macroeconomía la República Dominicana ha crecido, el mapa de la pobreza no ha disminuido la brecha entre pobres y ricos, como se puede apreciar en el siguiente gráfico comparativo. Gráfico No. 3.1.

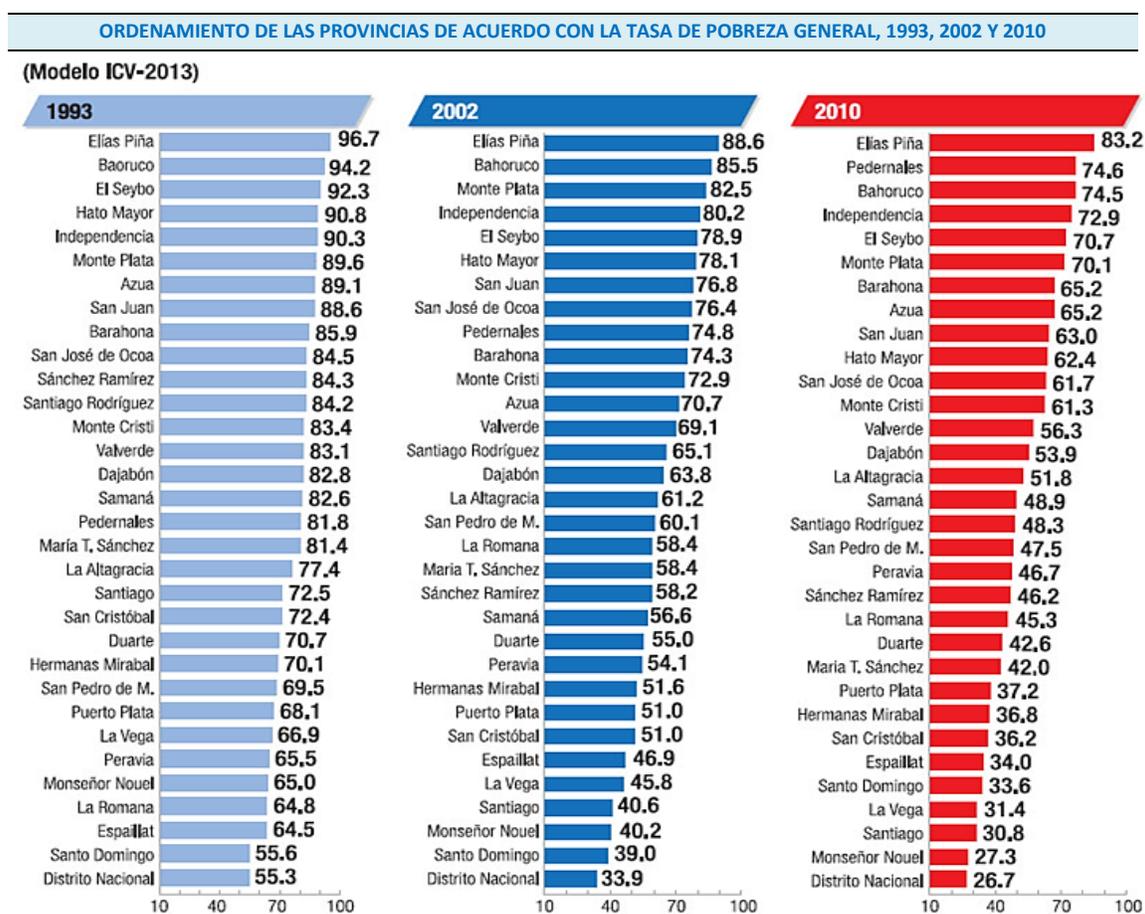


GRÁFICO NO. 3.2.

Fuente: Mapa de la pobreza, Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo

En la comparación hecha en el gráfico de arriba, se aprecian tres momentos en los que se indican los niveles de pobreza de las treinta y dos (32) provincias de la República Dominicana. La tercera columna es la de 2010, que, comparada con los estudios señalados por el Banco Mundial hasta la fecha, sigue reportando una disminución que, según los informes económicos, estos datos sitúan al país en el rango 101 entre 187 países del mundo, lo cual es avalado en el Informe Mundial sobre Desarrollo Humano publicado en el 2015 del PNUD. Tres años después esto sigue cambiando; el Distrito Nacional donde está concentrada la mayor cantidad de personas, la mayor riqueza, el poder político y económico del país y la mayor cantidad de personas pobres los cambios no son como se esperaba.

### 3.2.3.- ¿Cuán pobre es el Distrito Nacional y la Ciudad Colonial?

Según los datos del estudio sobre la “Calidad de Vida de la Pobreza en el Distrito Nacional”, en su área metropolitana, representa el 43.3 % de la población, y en los barrios marginados se duplica hasta llegar al 80%. (SIUBEN, 2014)<sup>104</sup>. Esto ha cambiado ligeramente en el 2016, pues la República Dominicana es un país de ingreso medio y clasificado por los organismos externos de los que están en vías de desarrollo.

Su economía es pequeña y abierta, creciendo en una tasa promedio anual de 5.4% en los últimos 15 años. La economía depende principalmente de los ingresos generados por el turismo, las zonas francas, remesas, inversión extranjera y exportaciones de bienes, particularmente agrícolas y mineras. La economía ha vivido un proceso de transformación, pasando de una orientación centrada en la producción agrícola - que giraba alrededor del azúcar - a una de servicios, orientada hacia el turismo y otras actividades.

En los últimos años el país ha exhibido altos niveles de crecimiento, 7.3% en 2014, representando casi el doble de lo registrado en 2013. Según la CEPAL<sup>105</sup>, República Dominicana fue el país que más creció en América Latina y el Caribe durante el 2014. No obstante, este desempeño económico no se ha traducido con la misma celeridad en mejoras en la distribución de las riquezas. Las inequidades aún persisten, ya que los niveles de pobreza general registrados todavía no superan los del año 2000, indicando que las desigualdades se reducen a un ritmo muy lento (PUND, 2017, [web.do.undp.org](http://web.do.undp.org))<sup>106</sup>.

Esta lentitud es confirmada por los partidos de oposición y analistas políticos del país, quienes coinciden en decir que existen grandes debilidades en el Estado de derecho, en las instituciones y en la gerencia pública, así como en la materialización de los derechos económicos y sociales consignados en la Constitución y las leyes.

<sup>104</sup> EL SISTEMA ÚNICO DE BENEFICIARIOS (SIUBEN) es una institución del Gobierno dominicano, adscrita al **Gabinete de Coordinación de Políticas Sociales** que funciona bajo la responsabilidad directa de la vicepresidenta de la República, en su condición de coordinadora. El **SIUBEN** fue creado por disposición del Poder Ejecutivo mediante el Decreto # 1073-04 del 31 de agosto del 2004.

<sup>105</sup> LA COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (CEPAL) es el organismo dependiente de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) responsable de promover el desarrollo económico y social de la región. Sus labores se concentran en el campo de la investigación económica.

<sup>106</sup> PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO (PNUD) Organismo que informa sobre el desarrollo humano o Índice de Desarrollo Humano (IDH). Tiene como misión promover el cambio y ayudar a conectar los conocimientos, la experiencia y los recursos necesarios para ayudar a los pueblos a forjar una vida mejor.

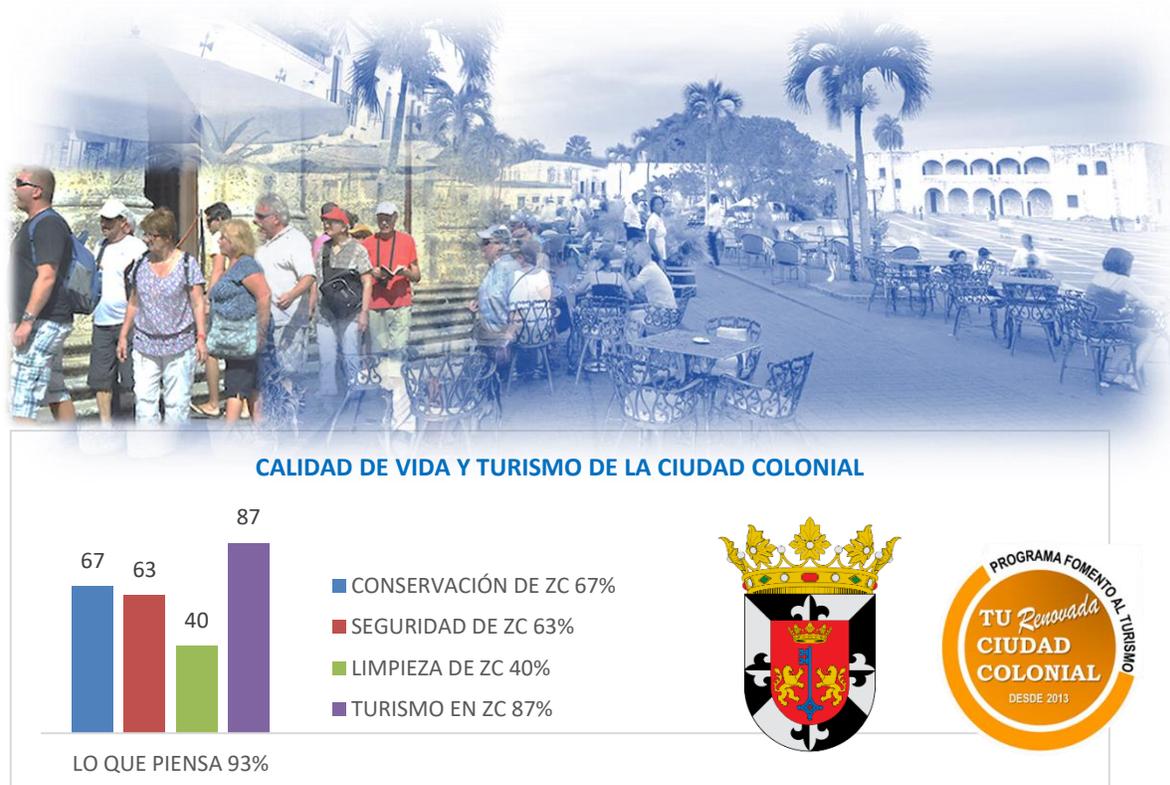
- POBLACIÓN Y VIVIENDA EN LA CIUDAD COLONIAL DE SANTO DOMINGO

En un estudio hecho del 21 de mayo al 6 de junio de 2015 en la Zona Colonial de Santo Domingo de Guzmán, se efectuó una investigación en dos renglones: el residencial y el empresarial. Según las instituciones auspiciantes, el censo de población y vivienda en la Ciudad Colonial se realizó con el objetivo de conocer su densidad poblacional y sus particularidades demográficas y socioeconómicas, para crear el registro estadístico que ayudará a desarrollar los proyectos comunitarios en el casco histórico. Fueron censadas 3,788 viviendas particulares, pensiones, casas de huéspedes y hoteles y se determinó una población total de 7,750 personas. Los datos e informaciones del CPV-CC más sobresalientes son los siguientes:

- Que en la última década la población de esta zona ha continuado descendiendo a un ritmo cada vez más lento.
- El 16% de la población residente en la CC-SD se caracteriza por la baja proporción de infantes y jóvenes menores de 15 años, cerca de la mitad de la cifra registrada a nivel nacional, mientras que un 14% lo representan personas de 65 años y más, el doble que la correspondiente al total del país.
- Cerca del 52% de los hogares de la CC-SD están constituidos por una o dos personas.
- La mayoría de las viviendas están construidas en materiales resistentes, ya que el 94% tiene paredes de blocks o concreto y el 84%, techo de concreto.
- Uno de cada tres hogares posee automóvil privado, pero el 44% de ellos debe parquear el o los vehículos en la calle, porque sus viviendas no tienen garaje.
- El 30% de los hogares tiene 30 o más años residiendo en la vivienda censada, y otro 20% tiene de 15 a 29 años; pero un 28% la ocupa desde hace menos de 5 años. Más de la mitad de los hogares (56%) residen en viviendas alquiladas, y el 57% de éstos pagan entre 2 mil y 10 mil pesos mensuales de alquiler. Entre los hogares que ocupan viviendas propias, el 65% compraron o heredaron la vivienda hace más de 20 años.

Otros datos muy importantes para este estudio lo constituyeron los que se relacionan con la calidad de vida y turismo en la CC-SD, pues el 93% de los informantes de los hogares señalaron que piensa seguir viviendo en la zona, resaltando como principales aspectos la

mejora en la CC-SD, el estado de conservación (67%), la seguridad (63%) y la limpieza (40%). Para el 87% de los encuestados, el turismo incide positivamente o muy positivamente en la calidad de vida de la zona; el 9% consideran que influye de manera negativa. Los primeros creen que el turismo dinamiza la economía (67%) o genera fuentes de trabajo (64%), mientras los segundos aducen que aumenta la delincuencia (64%) o la prostitución (43%)<sup>107</sup>. (Ver la siguiente Infografía No. 3.2).



INFOGRAFÍA NO. 3.2. Datos del censo de población de la Ciudad Colonial del 2015, escudo de la provincia Santo Domingo y logo del Programa de Fomento al Turismo, auspiciado por el Ministerio de Turismo de la República Dominicana.

Como se pudo apreciar, la pobreza en la capital dominicana ataca más fuertemente a los jóvenes y a las mujeres, quienes representan el 40% que residen en zonas donde los servicios públicos son pocos y los que se brindan o se obtienen por cuenta propia son de mala calidad. Es por lo cual el Estado se ha propuesto vencer los desafíos que entorpecen la gobernabilidad del país, a fin de lograr el crecimiento humano para la mayor población posible, lo que se logrará solo si:

<sup>107</sup> NOTA ACLARATORIA: Datos tomados de la investigación basada en censos y encuestas, hecho en el escenario demográfico, social y económico de la Ciudad Colonial de Santo Domingo, auspiciada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Ministerio de Turismo (MITUR) en el 2015, presentados dentro del Programa de Fomento al Turismo de la Ciudad Colonial, a cargo de los expertos responsables de la investigación, Nelson Ramírez Madera, demógrafo y especialista en población y vivienda; Víctor Ruíz, sociólogo, y Francisco Rojas, economista

- 1.-Se mejora el clima de inversión para impulsar la creación de empleo, procurando fuertes encadenamientos desde el turismo y las zonas francas de exportación hasta la manufactura y la agricultura, el fortalecimiento de la calidad de la educación y la aplicación de políticas de capacitación laboral.
- 2.- Se promueve una política fiscal equitativa, eficiente, transparente y sostenible, que se refleje en un aumento del PIB.
- 3.- Se aumenta la financiación de los servicios públicos básicos como el agua y el saneamiento, la educación de calidad y la salud; se reorientan las asignaciones presupuestarias hacia el logro de resultados de calidad y el fortalecimiento de los sistemas públicos de gestión financiera; y
- 4.- Se mejora la prestación de servicios públicos para llegar a las personas que viven en la pobreza.

Los efectos de los puntos planteados anteriormente ya se han comenzado a alcanzar, los que se aprecian en algún grado en la parte histórica de la ciudad de Santo Domingo, donde cerca de ocho mil personas en un kilómetro cuadrado comparten una realidad muy particular, la cual expondremos en los epígrafes siguientes.

### **3.3.- SANTO DOMINGO DE GUZMÁN CIUDAD RESCATADA PARA EL OCIO**

La ciudad “Primada de América”, desde 1970 hasta la fecha, ha tenido un gran desarrollo. En las últimas cuatro décadas se ha ensayado un modelo de gobierno con una democracia representativa, que ha facilitado cierto desarrollo en los ámbitos culturales, lo cual permite a los dominicanos disfrutar de las ofertas turísticas, observar las mejoras de las estructuras físicas en sus ruinas históricas, museos, iglesias, apreciar las artes y recrearse al aire libre en sus plazas y parques escuchando algún concierto musical.

En la historia del país se registra en los gobiernos de Leonel Fernández R. (2004-2012) y Danilo Medina S. (2012-2020), los momentos en los que la CC-SD ha sido más atendida, al recibir el impulso para desarrollar las industrias culturales, especialmente las vinculadas con cultura turística, y las relacionadas con la industria del ocio, reafirmado por el presidente Danilo Medina Sánchez, en sus alocuciones a la Nación durante los periodos 2012-2016 y 2016-2020.

A continuación, presento un fragmento del discurso del Presidente Constitucional de la República Dominicana, realizado en la toma de posesión su primer mandato (2012-2016):

Señoras y Señores:

Como sostuve siempre, el turismo será la locomotora del desarrollo nacional. La meta de 10 millones de turistas al año es el objetivo principal que debemos alcanzar en la próxima década, mediante la ejecución de los programas y proyectos que hemos considerado prioritarios.

La legislación existente será adaptada a la realidad de los planes de desarrollo del Gobierno y a la competencia regional. Crearemos las facilidades para atraer una nueva oleada de inversiones en el sector, al tiempo que canalizaremos nuevas opciones de financiamiento para estimular la inversión privada en la industria turística.

Más allá de la oferta de sol y playa, tomaremos decisiones firmes para desarrollar en la práctica el concepto de multi-destino con amplia diversidad, incluyendo turismo comunitario, ecológico, de aventura, cultural, y otros, para lo cual, los ministerios de Turismo, Medio Ambiente y Cultura, entre otros, desarrollarán políticas conjuntas, articuladas con proyectos de desarrollo local. Además, seguiremos desarrollando nuestra marca país, con un agresivo plan de mercadeo y, paralelamente, reforzaremos los mecanismos de seguridad en el sector.

Incentivaremos la industria de cruceros, desarrollando los proyectos que atraerán este mercado, con la finalidad de convertir a la República Dominicana en una opción de Puerto Madre (Home Port) del Caribe<sup>108</sup>. (Medina, 2012, web.presidencia.gob.do).

Lo expresado en el anterior discurso, lo reafirmó el presidente en la toma de posesión para su segundo período, ya que fue reelegido para un nuevo mandato (2016-2020), igualmente se ha referido en discurso posterior de rendición de cuentas a la Nación, el Lic. Danilo Medina ha confirmado su apoyo a la educación al asignar un 4% del presupuesto nacional a ese renglón, lo que traerá consigo también el desarrollo a las Industrias Culturales y Creativas, y por supuesto, una apertura para la difusión de la educación del ocio, con cuyos conocimientos se asegura la calidad en el servicio turístico y la mejora de los espacios para el disfrute del tiempo libre.

---

<sup>108</sup> LIC. DANILO MEDINA SÁNCHEZ. Portal -sala de prensa- Discursos: <http://danilomedina.do/discursos/discursos-de-toma-de-posesion-delexcelentisimo-senor-presidente-de-la-republica-dominicana-lic-danilo-medina-sanchez>  
<https://www.listindiario.com/la-republica/2012/08/17/243796/discursos-de-danilo-medina-tras-jurar-como-presidente>

- PROYECCIÓN DEL PLAN PARA EL SALVAMENTO DE LA ZONA COLONIAL

Las palabras del presidente Medina fueron el punto y seguido para el proyecto de rescate de las industrias, culturales, turísticas y recreativas de la Zona Colonial de Santo Domingo, el cual comenzó en gobiernos anteriores hace más de doce años. Maribel Villalona (2013)<sup>109</sup> cuando se proyectaron los arreglos de la ciudad al final del siglo pasado se hizo con una inversión de 60 millones de dólares. Hoy la ciudad está más deteriorada, es probable que se necesita mucho más de lo que se está asignado en estos momentos (35 millones de dólares), vamos a utilizar productos de mayor calidad y los precios han variado mucho a la fecha, esto es el arranque de algo grande, debemos crear una sinergia, que todos los sectores aporten recursos y lo más probable es que el BID realice otros desembolsos.

Los deseos de la arquitecta Villalona, que son los de muchas personas que viven y disfrutan la Ciudad Colonial se hicieron realidad en las diferentes etapas, de la primera parte del Programa de Fomento al Turismo de la Ciudad Colonial de Santo Domingo (PFTCC-SD), al contar con el apoyo de las fuerzas económicas del país. Pues los esfuerzos de remodelación apuntaron hacia el rescate de edificaciones antiguas de épocas más recientes, incluyendo las mejoras de sus principales calles y callejones para hacerlos más atractivos y accesibles a la práctica de un ocio sano, para los turistas y quienes viven y trabajan en esta parte de la ciudad.

Según Emilio Torres Jorge, presidente de la Asociación de Comerciantes de la Calle El Conde (2017). La primera etapa tuvo un impacto muy positivo en el desarrollo económico de toda la zona. Por cada peso invertido por el Estado dominicano, el sector privado invirtió casi tres. Se ha convertido en el lugar de moda y quizá una de las zonas de mayor seguridad del país. Un ejemplo para otras comunidades. Logró recuperar edificios emblemáticos y mejorar todos los aspectos de infraestructuras en las áreas donde se implementó, (Díaz, 2017).

A pesar de los inconvenientes que traen los procesos de construcción cuando se hacen con los habitantes “haciendo sus vidas normales”, los afectados afirman que hubo más cosas positivas. Por tanto, esperan que la segunda etapa, será aún más importante que la primera, porque es más ambiciosa y complementa la primera. De no realizar el remozamiento de la Ciudad Colonial es “como dejar una habitación con una pared pintada y las otras sin pintar.

---

<sup>109</sup> LA ARQUITECTA MARIVEL VILLALONA es directora de la Unidad Coordinadora del Programa de Fomento al Turismo Ciudad Colonial (FTCC-SD), en representación de MITUR, ofreció las explicaciones sobre el proceso de intervención.

Creo que la segunda etapa tiene que venir, es un sacrificio de los que van a estar, pero a la larga (...) va a ser algo positivo si aplican el aprendizaje de la primera etapa”; así se expresó el presidente del Grupo Sans Souci, Lic. Lisandro Macarrulla. (Diaz, 2017, web.diariolibre.com).

Terminada la primera parte del programa de rescate y reorganización de la Zona Colonial, inició la segunda parte, con una inversión que se estima en 90 millones de dólares, mientras que en la primera se invirtió 35 millones. El PFTCC-SD según el BID y el Ministerio de Turismo proyecta continuar y terminar en varios plazos los siguientes programas:

- 1.- La adecuación de 200 viviendas de familias de bajos ingresos, para prevenir dinámicas de gentrificación, y un programa de recuperación de fachadas, así como un esquema de incentivos indirectos a la oferta de vivienda asequible. Además, se financiará la rehabilitación de plazas tradicionales y de la ronda de la muralla, incluyendo los espacios públicos en su entorno.
- 2.- Se mejorarán las oportunidades económicas, principalmente de las micro y pequeñas empresas (MyPEs), dando preferencia a las que emplean o son propiedad de los residentes de la zona, para lo que se fortalecerá los programas de capacitación de capital humano en servicios turísticos.
- 3.- Se realizará la adecuación del Mercado Modelo, el espacio que desde hace años ampara tiendas para la venta de artesanía y objetos de valor artísticos.
- 4.- Se continuará promocionando la animación cultural, la cual se está implementado en alianza público-privada con instituciones relacionadas con las industrias culturales y creativas.
- 5.- Se ampliará la oferta turística mediante la revitalización de los edificios patrimoniales como museos y la rehabilitación de los espacios públicos.
- 6.- Se incluirá la construcción de nuevos sistemas de agua, drenaje pluvial, alcantarillado; cableado eléctrico y de telecomunicación; pavimentación; iluminación, mobiliario, señalización y arborización, en las calles priorizadas, con un enfoque de adaptación y mitigación al cambio climático y priorizando el tránsito peatonal.

Y por supuesto, el programa contempla seguir mejorando la gobernanza de la Ciudad Colonial, que va desde la gestión sostenible, un plan de promoción del destino turístico y el fortalecimiento de los servicios relacionados al turismo, lo que ya ha comenzado con la apertura del Centro Comunal de la Zona Colonial, desde donde se coordinarán los programas de desarrollo del casco histórico con las personas que practican sus momentos de ocio, los relacionados con la protección de la cultura y los interesados en hacer negocios.

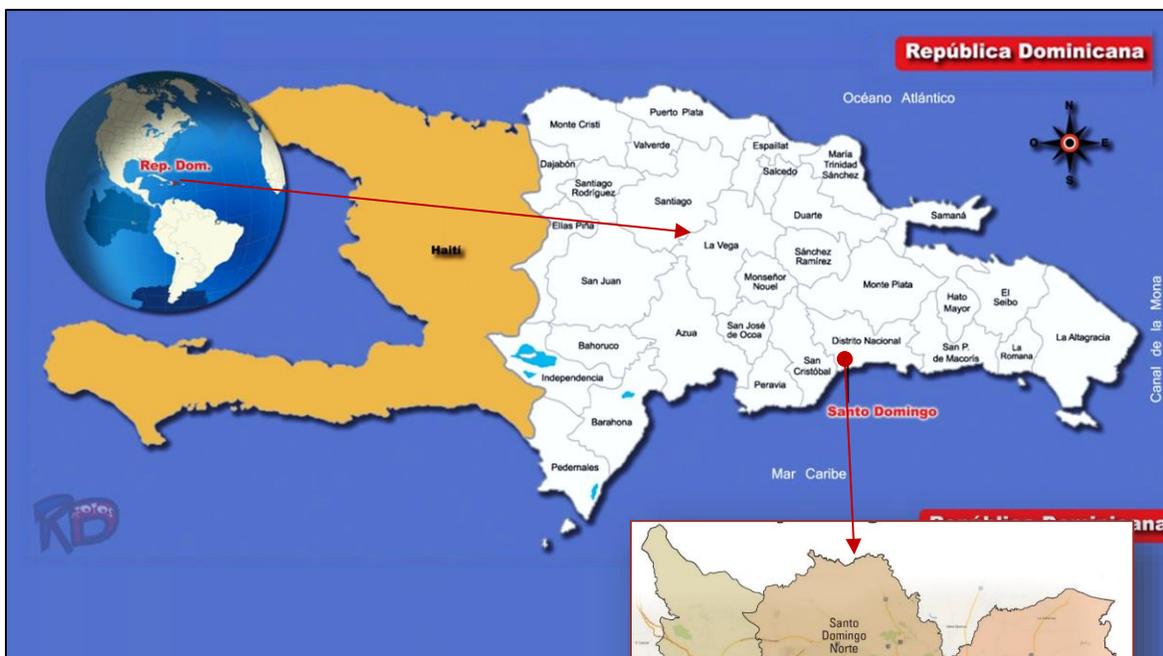
### 3.3.1.- Ubicación de la zona objeto de estudio

La Zona Colonial o la Ciudad Colonial de Santo Domingo (CC-SD), como también nos referimos a la histórica ciudad de Santo Domingo de Guzmán, fundada por Bartolomé Colón en 1496, en la margen oriental del río Ozama y luego reinstalada a la margen occidental del mismo río, por Nicolás de Ovando en 1502. Limitada por una muralla de la que hoy solo se encuentran las ruinas con valor histórico, esta ciudad creció desde entonces hasta ocupar una superficie de 1,297.60 kilómetros cuadrados y ocupa el 16.º lugar en cuanto a superficie con 2.7% del territorio nacional.

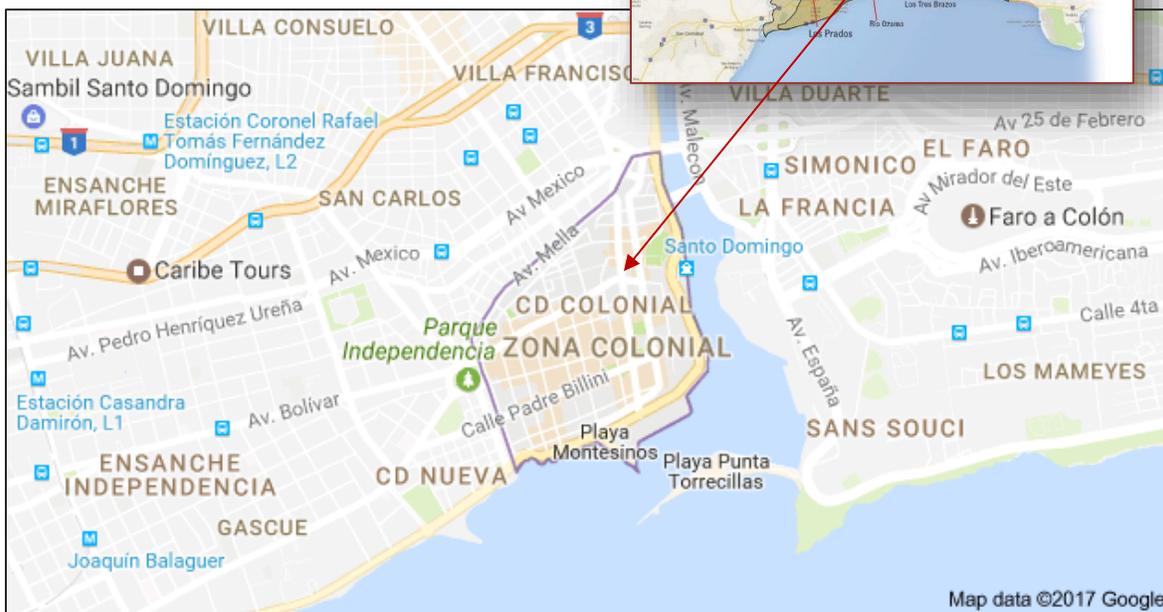
Hasta el año 2000, Santo Domingo fue una sola provincia, capital de la República Dominicana, con sus límites establecidos al Norte, con la provincia Monte Plata; al Este, con la provincia San Pedro de Macorís; al Sur con el Mar Caribe y al Oeste, con la provincia San Cristóbal. Fue dividida mediante la ley 16 de octubre de 2001, en la cual se establecieron, los nuevos límites del Distrito Nacional en donde se encuentra la Zona Colonial, ocupando un kilómetro cuadrado, bordeada por el río Ozama y por las tres provincias que conforman el Gran Santo Domingo. Ver conjunto Infográfico No. 3.3. en la próxima página donde presentamos los límites de la República Dominicana y el Gran Santo Domingo, como se le suele referir después que se dividió en varios sectores y luego un mapa del lugar objeto de estudio.



FOTOGRAFÍA No. 3.5.  
Vista aérea Zona Colonial de Santo Domingo de Guzmán, al fondo el Mar Caribe y a la izquierda el Rio Ozama



Puerto Rico con 9.104 km<sup>2</sup> y Jamaica con 10.991 km<sup>2</sup>.  
 FUENTE: Servicio Geológico Nacional



INFOGRAFÍA NO. 3.3. LIMITES DE LA REPÚBLICA DOMINICANA. Arriba, mapa de la República Dominicana limitado al Norte con el Océano Atlántico a lo largo de 586 km, al Sur con el mar Caribe en una distancia de 545 km, al Oeste, con Haití en 276 km de frontera y al Este, con el canal de la Mona, separándola de la isla de Puerto Rico. Ocupa el 74% del terreno de la Isla de Santo Domingo. Conocida también como la Isla de La Hispaniola, la única que es compartida entre dos países de cultura muy diferentes. República de Haití ubicada al occidente, y en oriente por la República Dominicana que ocupa dos tercios de la extensión total, con superficie de un área 48,511.44 Km. Con geografía variada que permite dentro de su clima tropical monzónico, disfrutar de cinco microclimas, los que es un atractivo turístico a explotar. Entre las Antillas Mayores, es la segunda en tamaño con un área de 76.192 km<sup>2</sup>, ubicada entre Cuba que tiene 109.884 km<sup>2</sup> que es la isla más grande,

### 3.3.2.- Demografía del Sector

Según los datos del IX Censo Nacional de Población y Vivienda, realizado en el 2010, la República Dominicana tenía 9,445,281 habitantes, repartidos en 31 provincias. Transcurridos seis años, la población aumentó 723,89 personas, lo que indica que la población se incrementó a 10,169,172 habitantes, de los cuales 4,259,790 viven en el Gran Santo Domingo. Constituido por setenta barrios de diferentes estratos sociales está dividido en seis municipios y un Distrito Nacional, donde se encuentra la Ciudad Colonial. Ver anterior Infografía No. 3.3 y la siguiente No.3.4 y la Tabla No.3.1, donde se observa la tendencia de crecimiento de la población de Distrito Nacional.



INFOGRAFÍA NO. 3.4. SECCIÓN MAPA DEL DISTRITO NACIONAL Y UBICACIÓN DE LA ZONA COLONIAL



INFOGRAFÍA NO. 3.5 TRAZADO ARQUITECTÓNICO DE LA CIUDAD COLONIAL.

TABLA NO.3.1

**POBLACIÓN Y SUPERFICIE POR MUNICIPIO**

N°	Municipio	Población		Superficie		Densidad (Hab/km <sup>2</sup> )
		Total	% Provincia	km <sup>2</sup>	% Provincia	
1	Santo Domingo Este	948,885	39.96%	154.94	11.92%	6,124.27
2	Boca Chica	142,019	5.98%	145.67	11.21%	974.97
3	Los Alcarizos	272,776	11.49%	52.14	4.01%	5,231.30
4	Pedro Brand	74,016	3.12%	212.29	16.33%	348.66
5	San Antonio de Guerra	43,963	1.85%	288.25	22.18%	152.52
6	Santo Domingo Norte	529,390	22.30%	388.96	29.93%	1,361.03
7	Santo Domingo Oeste	363,321	15.30%	57.47	4.42%	6,321.48
TOTALES		2,374,370	100.00%	1299.72	100.00%	20,514.23

Población del Gran Santo Domingo. FUENTE: ONE, 2012

Según información del CCC-SD (2016), la Ciudad Colonial está ocupada por 7,750 habitantes. Dentro de la CC-SD se encuentra la Ciudad Ovandina (nombre no oficializado de la parte más antigua de la capital), San Carlos, San Miguel, San Lázaro, San Antón, La Atarazana y Santa Bárbara son también barrios considerados como espacios históricos, artísticos y lúdicos de esta importante urbe del Caribe. La provincia de Santo Domingo sigue siendo el espacio geográfico con mayor desarrollo económico en la Antillas Mayores. Esta ciudad posee varias primacías dentro de las cuales se encuentran: la Catedral Metropolitana y Primada de Indias, el Hospital San Nicolás de Bari, la Universidad de Santo Domingo y el primer puerto marítimo, entre otras. En la Infografía No. 3.5 se aprecia su trazado arquitectónico el cual fue tomado como modelo por casi todos los urbanistas coloniales del Nuevo Mundo (MICUL, 2014).

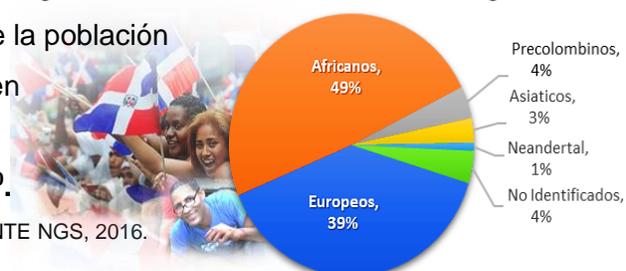
### 3.3.3.- Psicografía General de la Población

Es difícil describir en pocas palabras cómo son o se comportan los dominicanos y dominicanas. Una manera de hacerlo “dominicanamente” es esta:

El dominicano (y la dominicana) se parece a la isla: demasiado belleza en tan poco espacio...demasiado vivo para ser tan joven. Demasiado ambiguo para ser tan único. Demasiado torpe intelectualmente para ser tan vasto emocionalmente. Demasiado puro para ser tan promiscuo. Demasiado relajado para ser tan violento. Demasiado teórico para leer poco. Demasiado -creyente- para delinquir tanto. Demasiado moralista para ser tan voluptuoso y -borrachón-. Demasiado pulcro y limpio para comer frituras en cualquier tarantín. Demasiado -sabelotodo- para ser tan vacuo. Demasiado gustoso para ser tan conservador. El dominicano(a) no comprende que su bienestar o goce debe implicar incluir al otro. -Fiestea- sin importarle joder al vecino. No percibe que exigir derechos implica cumplir deberes. En su -microchip- no está integrada la noción de individuo. El mundo para él es un ganado o una parcela de borregos o de chivos. Un eterno colmado. Es pobre en medio de cualquier riqueza. Es solidario en cualquier tragedia... (Castro, 2015, web.acento.com).

Esa es una forma de describirlo un tanto poética, pero un estudio realizado por la Academia Dominicana de la Historia, el *National Geographic Society* y la Universidad de Pennsylvania, con la colaboración de la Universidad Iberoamericana (UNIBE) ha determinado, en base a una muestra de 1,000 pruebas de ácido desoxirribonucleico (ADN), que la población dominicana posee un 39% de ancestros europeos, un 49% africano y un 4% precolombinos, lo que confirma la complicada ascendencia genética de los dominicanos. Según este estudio el mulato o mestizo predomina entre la población que ocupa la zona objeto de estudio, también se pueden encontrar personas de otros orígenes residiendo en la Ciudad Colonial<sup>110</sup>.

INFOGRAFÍA NO.3.6. ADN DEL DOMINICANO. FUENTE NGS, 2016.



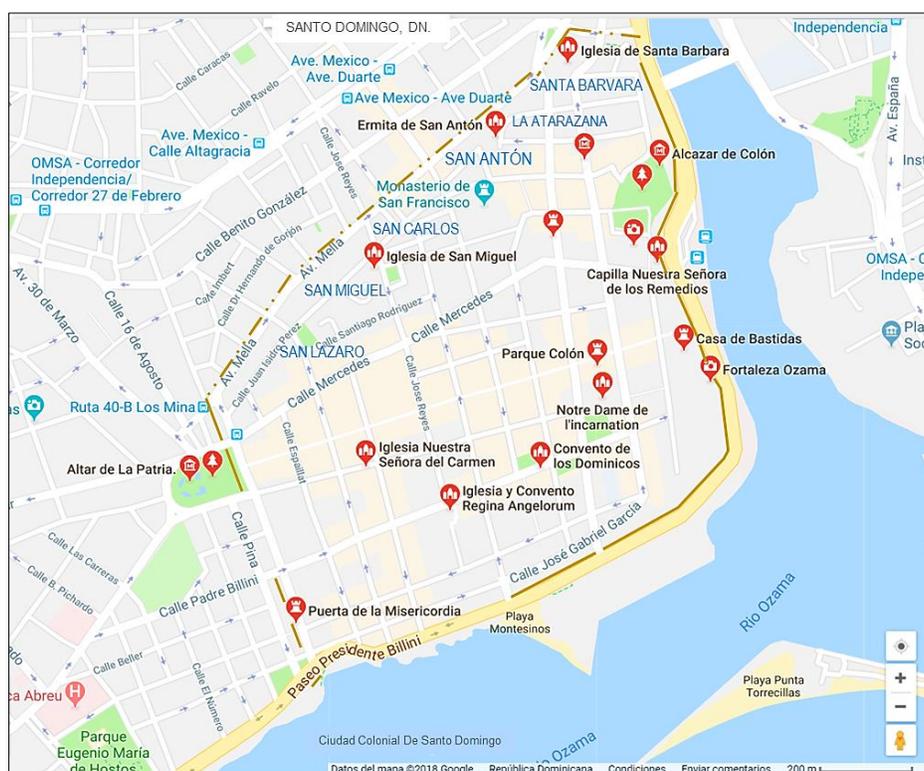
<sup>110</sup> DATOS DEL PROYECTO GENOGRAPHIC, *National Geographic Society* (NGS) y la Universidad de Pennsylvania son las instituciones que se está realizando en 140 países una medición para identificar como se ha ido mezclando la Humanidad a partir de una muestra de saliva. En República Dominicana se tomaron muestras a 1,000 dominicanos en 25 puntos muestrales, tanto rurales como urbanos del país, y en cada uno 40 voluntarios aceptaron que se les tomaran sus muestras de ADN. Los resultados se dieron a conocer en el 2016. Este estudio se inició en el 2012 y aún está en curso a través del mundo. El único estudio previo en el país sobre diversidad genética fue realizado por el Dr. José de Jesús Álvarez Perelló, tomando muestras de sangre a 520 militares en el año 1950. Los resultados de ambos estudios discrepan entre si, sobre esta disparidad en el enfoque genético que define el perfil del dominicano no se tocará en este estudio por no ser parte de los objetivos el mismos, solo lo mencionamos como hallazgo al margen. Ver más información en: <https://genographic.nationalgeographic.com>

### 3.4.- LOS ESPACIOS DE OCIO EN LA CIUDAD PRIMADA DE AMÉRICA

En los últimos ocho (8) años se han realizado varios estudios sobre las visitas y la cantidad de espacios físicos de la Ciudad Colonial de Santo Domingo (CC-SD) de los cuales cito:

- I.- Censo de Población y Vivienda en la Ciudad Colonial (CPV-CC), realizado por el sociólogo Víctor Ruíz en el 2015.
- II.- Encuesta Turística en Puerto Aéreo y Marítimo realizada por el economista Francisco Rojas, durante 2010-2016 y actualizada con datos de Clúster Turístico de Santo Domingo y el PFTCC.
- III.- Informe del Observatorio Turístico de la Ciudad Colonial (IOT-CC), representado por los ejecutivos del Programa Fomento al Turismo a la Ciudad Colonial y expuesto en el 2017 por la Arq. Maribel Villalona, coordinadora del PFTCC-SD.

Los espacios físicos en los que se realizaron los estudios se delimitaron en un kilómetro cuadrado, en un área comprendida entre los límites de la muralla de la CC-SD. (Ver Infografía No. 3.7).



INFOGRAFÍA NO.3.7. LÍMITES DE LA ZONA COLONIAL O CIUDAD COLONIAL (casco histórico de Santo Domingo).

### I.- CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA EN LA CIUDAD COLONIAL (CPV-CC)

Para la realización de este registro se estableció un límite de espacio físico dentro de la CC-SD; al Sur comprendió todos los negocios situados en la avenida Paseo Presidente Billini, conocida también como George Washington. Hacia el Norte, los límites se extendieron hasta la acera sur, inclusive, de la avenida Mella; al Oeste sirvió de frontera la acera oriental de la calle Palo Hincado, y hacia el Este, se limitó a la avenida Francisco Alberto Caamaño, hasta el puente flotante.

El demógrafo y especialista en población y vivienda Nelson Ramírez Madera (2015), informó que el primer estudio CPV-CC se realizó con el objetivo de conocer la densidad poblacional de la zona, sus particularidades demográficas y socioeconómicas, para crear el registro estadístico que ayudará desarrollar los nuevos proyectos comunitarios en el casco histórico. Fueron censadas 3,788 viviendas particulares, pensiones, casas de huéspedes y hoteles, donde se determinó una población total de 7,750 personas. Según el sociólogo, Víctor Ruíz (2015), los datos e informaciones más sobresalientes de este censo especial son los siguientes:

- Se determinó que la Ciudad Colonial de Santo Domingo es un sector muy dinámico, que se mantiene en un proceso incesante de reconfiguración de su estructura empresarial. Con frecuencia se constituyen nuevas empresas y otras desaparecen para ser a su vez reemplazadas por otras nuevas.
- Se consideraron doce (12) categorías de negocios, diseminadas en el territorio. Dentro de esas categorías fueron registradas 935 empresas, que representaban el 74% de todas las que se encontraron activas,
- Se destacaron las que sobresalen los negocios donde se ofrecen los servicios de alimentos y bebidas, los de impresión e industrias conexas y los de servicios personales (alojamiento, lavandería, peluquerías, librerías, y otros.)
- Se identificaron 441 empresas dedicadas a la venta de alimentos y bebidas, imprentas, materiales conexos, las de servicios personales y entretenimiento, equivalentes al 47% de todas las encontradas activas.
- En este renglón se destacó el servicio de preparación de alimentos y bebidas, el cual alcanzó un total de 164 negocios en la zona.

## II.- ENCUESTA TURÍSTICA EN PUERTOS AÉREOS Y MARÍTIMOS (ETPAM)

Durante seis (6) años se ha estado indagando qué es lo que motiva a los visitantes extranjeros llegar al país vía aeropuertos y puertos marítimos. Dentro de los datos se pudo determinar cómo han variado las razones, causas y circunstancias que determinan la demanda turística en la CC-SD. Los datos obtenidos entre el año 2010 y el 2016 fueron presentados, cruzados y actualizados con los

del primer estudio realizado por el economista Francisco Rojas (2005) y se complementaron con los que se obtuvieron en el 2016 a través del Programa de Fomento al Turismo de la Ciudad Colonial (PFTCC). A continuación, presentamos las informaciones resultante más trascendentes:

- La llegada de turistas al país y a la CC-SD se ha incrementado en un 15% del 2010 al 2016.
- La mayoría de los turistas planean y organizan su viaje por cuenta propia para visitar a la CC-SD antes de llegar al país se informan a través de amigos y/o familiares sobre los lugares y que hacer durante su estadía.
- Las principales actividades que realizan los turistas en la CC-SD son: visitar monumentos y museos, disfrutar de la gastronomía, hacer recorridos y pasear por el casco histórico.
- Los lugares más visitados, tanto en el 2010 como en el 2015, son: Alcázar del Colón, Puerta del Conde y la Catedral Primada de América.
- El gasto promedio por día, por persona, está por encima del nivel nacional, el cual se incrementó 10.3%, de US\$141.00 en el 2010 a US\$151.30 en el 2015.
- Los principales problemas que deben ser mejorados según la percepción de los turistas encuestados son la seguridad y la información, el cuidado de los espacios (plazas, parques, calles y limpieza general), la conservación de los museos y los monumentos y mejorar las ofertas de restaurantes y variedad de entretenimiento.
- Un gran porcentaje de los turistas dijeron que recomendarían la Ciudad Colonial como destino turístico en la República Dominicana, y que el motivo principal de la visita son los atractivos culturales e históricos de la zona.

### III.- INFORME DEL OBSERVATORIO TURÍSTICO DE LA CIUDAD COLONIAL (IOT-CC)

En este apartado se exponen datos e informaciones del primer informe del Observatorio Turístico de la Ciudad Colonial (OT-CC), y se complementan con otros que se han levantado bajo la dirección del Programa de Fomento al Turismo a la Ciudad Colonial (PFTCC-SD). El informe abarca datos recogidos desde el 2012 al 2017, cuatro años. Durante este período, se registra un desarrollo en la cantidad de empleos, un aumento de turistas a la zona y una mejora progresiva por parte de quienes habitan la CC-SD ha ido incrementándose desde el 2013, cuando se iniciaron los trabajos de renovación de la zona, según lo afirmó la Arq. Maribel Villalona, coordinadora del Programa Fomento al Turismo de Ciudad Colonial (PFTCC-SD). Villalona (2016), pese a las incomodidades que pudieron generar los trabajos, sobre todo las intervenciones en las calles, entre 2012 al 2015 no clausuró ningún establecimiento comercial, sino que se abrieron 296 negocios nuevos. Lo datos e informaciones más actuales son los siguientes:

- En la CC-SD se generaron 1,200 empleos en los últimos cuatro años a partir del 2013, siendo el 40% en el sector turístico.
- Durante el 2016 la CC-SD recibió 650,208 visitantes extranjeros, para un incremento del 11% en comparación con el año anterior.
- El promedio de visita mensual a la CC-SD fue de 54,184 personas en el 2016.
- La asistencia a los museos aumentó un 25%, en el 2016.
- En el primer trimestre del año 2017, que 21,393 turistas visitaron la CC-SD, lo que representa un 10% más que el mismo período del 2016.
- El turismo en la ciudad de Santo Domingo aumentó 2%.
- El gasto promedio de un turista es de US\$151.30 al día, distribuidos en: alojamiento (45%), restaurantes (24%), entretenimiento (13%), compras (9%), transporte en destino (7%) y recorridos (2%).

Los tres informes ofrecen datos que demuestran que la Ciudad Colonial está en el mejor momento para seguir ofreciendo en sus espacios crecimiento humano, como da evidencia la unidad del PFTCC-SD, la cual tiene el objetivo de monitorear el impacto de la actividad turística en la ciudad, para garantizar la vida residencial, preservar el patrimonio y colaborar en la diversificación de la oferta de ocio a través del turismo. (Villalona, 2016). Lo que por

supuesto contribuyó a la economía general en un crecimiento de 5.2% en el primer trimestre de 2017. Los informes dan evidencias del crecimiento de las Industrias Creativas, Culturales, en la Zona Colonial. Estas industrias permiten al ciudadano, sin importar su rango social, ni poder adquisitivo, disfrutar de un tiempo de ocio de calidad. Es la gran razón por la cual se intervino el casco histórico de Ciudad Primada de América, Patrimonio de la Humanidad.

Dado que las edificaciones se erigieron durante el período comprendido entre los siglos XVI, y mediado del XX son construcciones obsoletas que no han recibido mantenimiento en años. La CC-SD necesita mejorar sus estructuras e instalaciones para que sus servicios sean de calidad. Es por lo que se puso en marcha el proyecto de recuperación de su imagen física, identificado como: Programa de Fomento al Turismo a la Ciudad Colonial (PFTCC-SD), cuyo propósito en su primera etapa se ha concluido en un 95%.

Al momento de cierre de esta investigación de tesis (primer trimestre, 2018), se aprecia cómo se ha estado fortaleciendo el desarrollo de la inmobiliaria dedicada al turismo, al rescate y creación de espacios físicos para promover nuevas ofertas de recreación y ocio. Así como, el incremento y preparación de programas básicos instruccionales y talleres de prácticas artísticas que ha estado organizando desde hace un año el Centro Comunitario de la Ciudad Colonial (CCCC). Este centro se ha creado para educar a la población, con el propósito de que los usuarios y quienes visitan por múltiples intenciones la CC-SD tomen conciencia del gran patrimonio cultural que es esta “Ciudad Histórica”.

La oficina de Cooperación Española para el Desarrollo de República Dominicana (AECID) plantea que el turismo cultural especializado requiere, al igual que el turismo de sol y playa, de una estructura especial y adecuada a los estándares de calidad y normativas que estén claramente definidas para todos los sectores que se involucran en esta actividad de procurar placeres a través del tiempo libre. Es por lo que, al identificar la afinidad de los productos y servicios de diferente naturaleza en este ámbito de la cultura, hace de la Ciudad Colonial un espacio para el turismo integrado, que deberá estar a plena capacidad en 2020 (Medina, 2016). Pues, la Ciudad de Santo Domingo, y la Ciudad Colonial en particular, están en capacidad de desarrollar un Turismo Cultural que responda a características específicas y a la demanda de un variado público que busca momentos de ocio en algunos de estos tipos de turismo, como los que se muestran en la Lista No. 3.2 en la página siguiente.

LISTA NO. 3.2

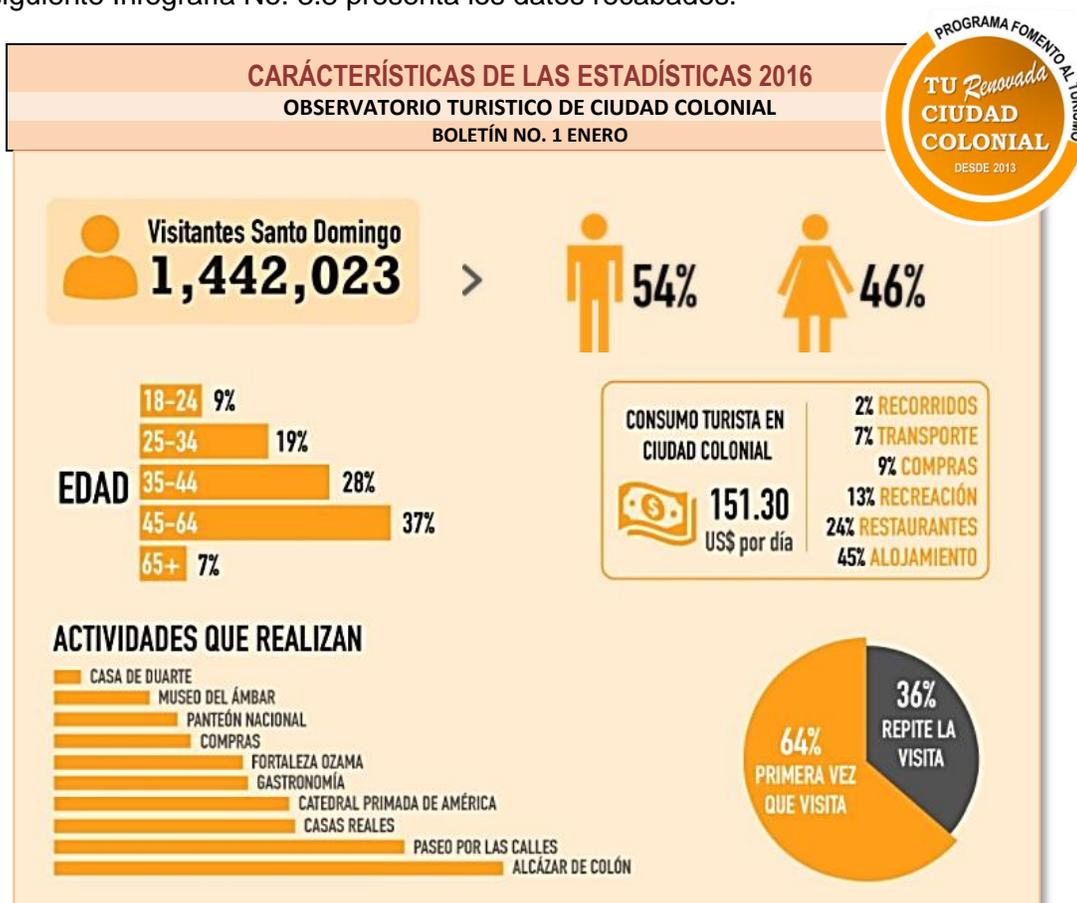
TIPOS DE TURISMO QUE SE OFERTARÁN EN SANTO DOMINGO Y SU ZONA COLONIA

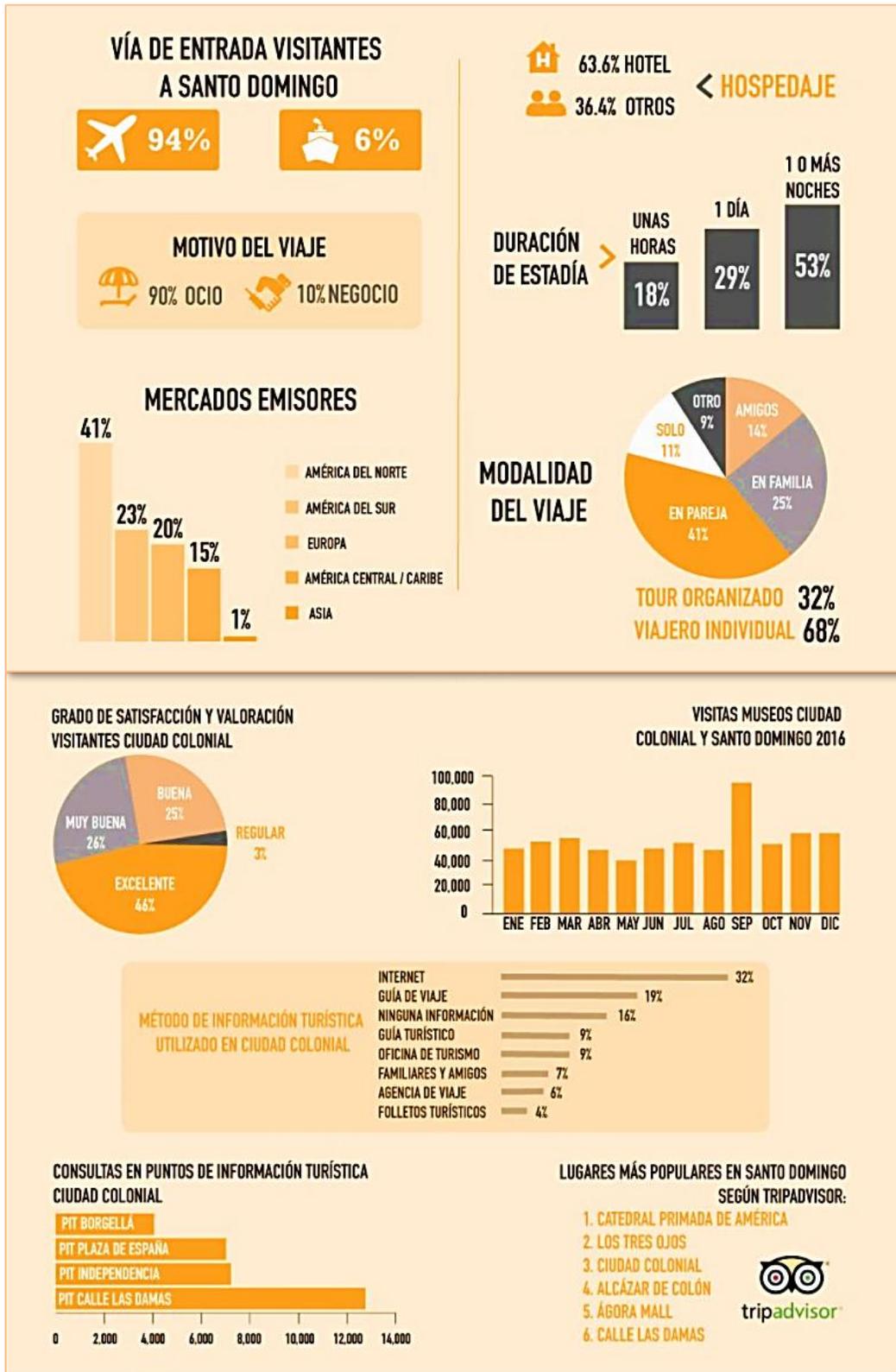


-Industrias Culturales y Creativas	-Turismo Comunitario o Rural	-Turismo de Festivales
-Turismo de Compra	-Turismo Gastronómico	-Turismo Arqueológico
-Turismo Industrial	-Turismo Idiomático	-Turismo Patrimonial
-Turismo de Cruceros	-Turismo Ecológico	-Turismo Religioso
-Turismo de Eventos y Congresos	-Turismo de Deportes	-Turismo Rutas e Itinerarios

FUENTE: AECID. Proyecto Fortalecimiento Turismo Zona Colonial, 2010.

Como se aprecia en la Tabla No. 3.2, quince (15) tipos de turismo se habían comenzado a promover en el 2010. Trascurrido el tiempo se pueden apreciar los resultados en los datos del Boletín No. 1 de enero de 2016 del Observatorio Turístico de la Ciudad Colonial (OT-CC), en el cual reporta estadísticas fiables respecto el crecimiento el ocio en la zona. La siguiente Infografía No. 3.8 presenta los datos recabados.





INFOGRAFÍA NO.3.8. OBSERVATORIO TURISTICO DE CIUDAD COLONIAL. BOLETÍN NO. 1 DE ENERO, 2016

Para saber el nivel del crecimiento de la cultura del ocio, cruzamos los datos de la OTCC-SD con informaciones del Ministerio de Turismo y las que el Banco Central emitió a finales de 2015. También comparamos los datos con los de la OTCC-SD que ofreció a la opinión pública el 7 de octubre del 2017, cuando dio a conocer los resultados del “Sistema de Monitoreo de Capacidad de Carga Turística de la Ciudad Colonial” implementado durante el 2016. Con este procedimiento se realizó la medición de la demanda turística en ese punto geográfico, la cual permitió calificar como eficiente y sostenible la gestión de ocio turístico en la CC-SD. Los datos obtenidos desde el 2015 al 2017 indican que hubo aumentos en varios indicadores, los cuales mostramos a continuación:

- Las visitas de extranjeros subieron un 12% en el primer semestre de 2017, respecto a igual período del 2016. (Ver Gráfico No.3.3).
- Entre enero y junio de 2016, la cantidad de visitantes de otros países a la CC-SD alcanzó la suma de 342,238; en los primeros seis meses de 2017 se elevó a 382,005. (Ver Fotografías Nos. 3.3 y 3.4 y el Gráfico No.3.3).
- La cantidad de turistas que pernoctaron cada día en la CC-SD creció un 12%, si se calcula que entre enero y junio de 2017 lo hicieron 787 mientras que el año anterior la cantidad de pernoctaciones fue de 706. (Ver Gráfico No.3.4).
- La llegada de cruceristas por el puerto Santo Domingo (Terminal Sans Souci y Don Diego) aumentó un 80%. Entre enero y junio de 2017 llegaron 94,871 y en el mismo semestre de 2016 lo habían hecho 52,594. (Ver Gráfico No.3.5).



FOTOGRAFÍAS NOS. 3.6 Y 3.7 TURISTAS DISFUTANDO LA CIUDAD COLONIAL (Fuente Listín Diario)

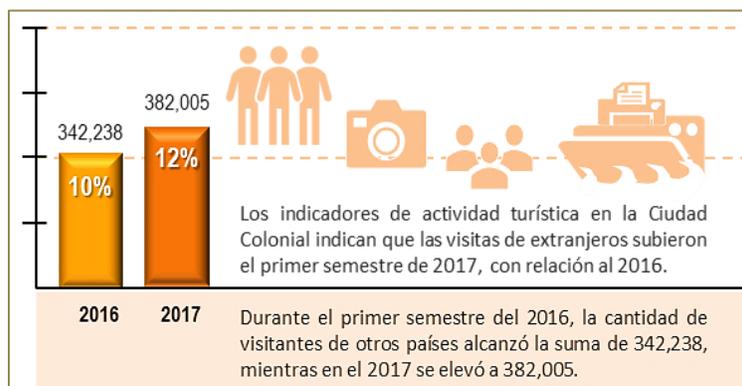


GRÁFICO NO.3.3. AUMENTO DE TURISTAS EXTRANJEROS EN LA ZONA<sup>111</sup>

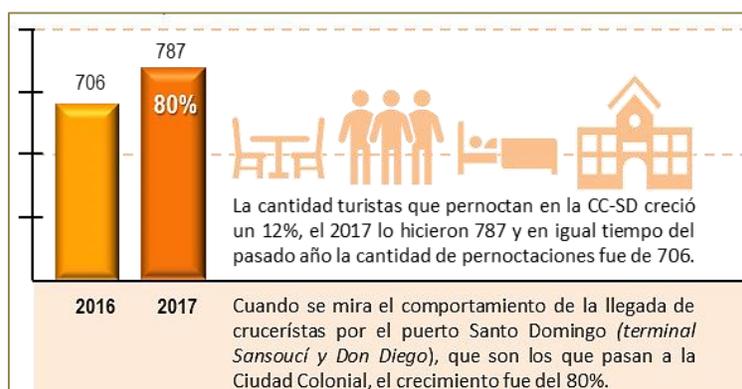


GRÁFICO NO.3.4. CANTIDAD DE TURISTAS QUE SE ALOJARON EN LA ZONA

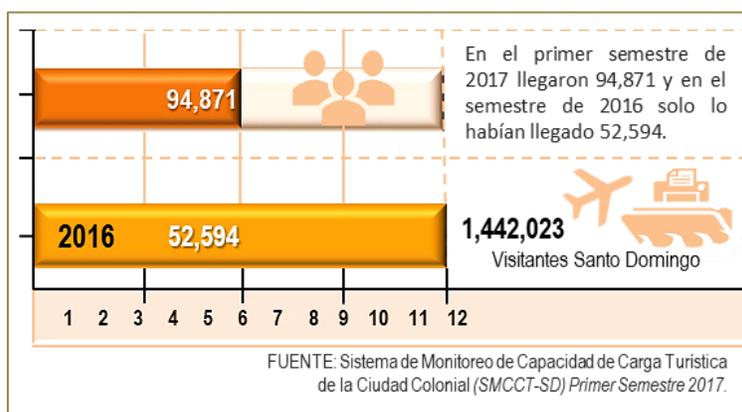


GRÁFICO NO.3.5. LLEGADA DE VISITANTES EXTRANJEROS A LA ZONA

<sup>111</sup> NOTA ACLARATORIA: Según el informe de Flujo Turístico enero-febrero de 2018 del Banco Central. La llegada de pasajeros no residentes a la República Dominicana por vía aérea en el mes de febrero alcanzó un total de 559,979 visitantes, para un aumento de 21,860 pasajeros adicionales (4.1%) con respecto a mismo mes del año 2017. Dentro de este resultado, los turistas que representan el 89.0% del total de viajeros no residentes, registraron un crecimiento de 3.2%. Los dominicanos no residentes tuvieron un crecimiento interanual de 11.8%, es decir 6,215 visitantes más que en febrero de 2017. Además, la llegada de turistas según región de residencia indica que en el período enero-febrero del presente año el 60.0% de los visitantes arribó desde América del Norte, el 25.0% desde Europa, un 12.2% procedente de América del Sur, 2.5% desde América Central y El Caribe, y el restante 0.3% desde Asia y el resto del mundo. (BANCO CENTRAL RD. 2018). Ver más información en ANEXO II: Análisis Evolución de la Actividad Turística Ciudad Colonial. <http://www.arecoa.com/destinos/2018/03/15/se-dispara-4-1-llegada-turistas-republica-dominicana-febrero/>

### **3.5.- MÉTODO PARA ESTUDIAR LA ZONA ESCOGIDA**

#### **3.5.1.- Información Secundaria**

Hasta el momento, se ha ubicado la zona objeto de estudio y descrito la demografía del lugar y establecido las características psicográficas de la población que ocupa el sector geográfico del casco histórico de Santo Domingo. Ahora falta identificar el uso de los tiempos libres, el comportamiento de los consumidores en los principales lugares donde se practica el buen ocio. Para reconfirmar e identificar el inventario que ha hecho el personal del PFTCC-SD, se hizo un sondeo a través de la web en portales relacionados al turismo. En estas averiguaciones se levantaron informaciones que permitieron establecer un antes y después de la intervención de la Ciudad Colonial (CC-SD). Se buscaron los principales espacios de alojamiento, se verificaron los espacios de descanso, los de entretenimiento; así como también, donde se puede hacer compras, comer y beber; también se identificaron los destinos más frecuentes (parques, plazas museos, ruinas, rutas turísticas, etc.).

#### **3.5.2.- Información Primaria**

Para comprobar lo descrito anteriormente respecto la CC-SD, el conocimiento sobre el ocio y las políticas de apoyo a la cultura, se diseñaron tres instrumentos, dos entrevistas y una encuesta, cuya aplicación viabilizó la obtención de informaciones de primera mano, las cuales permitieron confirmar los datos e informaciones que han publicado los organismos, las oficinas y los responsables del Programa de Fomento al Turismo a la Ciudad Colonial (PFTCC-SD).

### **3.6.- DISEÑO DE LOS INSTRUMENTOS**

A continuación, se describe el instrumental metodológico que fue utilizado para recabar datos e informaciones primarias y secundarias. El primer instrumento permitió identificar en varios portales web lugares en donde se ofrecen servicios que coadyuvan con las diferentes ofertas de ocio en la Zona Colonial de Santo Domingo, RD. El segundo fue una guía que facilitó la entrevistas a un grupo de testigos privilegiados (profesores docentes-universitarios). El tercero fue una entrevista que se le aplicó a testigos privilegiados vinculados con el tema de mecenazgo, en apoyo al ocio en la CC-SD. El cuarto instrumento fue una encuesta aplicada a visitantes, residentes y dueños o responsables de lugares de servicios en la CC-SD.

**PRIMER INSTRUMENTO:** Consistió en una guía de observación, estructurada para canalizar los ítems relacionados con las variables de los objetivos que permitirían obtener informaciones de diferentes portales web. Se organizó con tres líneas de reflexión:

- a) Los espacios de alojamiento cercanos a la Ciudad Colonial de Sto. Dgo.
- b) Espacios para comer, tomar y compartir con familias y amigos en la CC-SD.
- c) Lugares para comprar, visitar y pasear en la CC-SD.

Bajo estas tres (3) líneas se organizaron los ítems de la guía de observación en la web. Con este instrumento no probabilístico, se procedió a ubicar los principales espacios de alojamiento, comida, diversión y recreación cercano o en la Zona Colonial. Mediante la observación estableciendo y siguiendo los porcentajes de registros, se visitaron varios portales a través de Google, de los cuales se escogieron los lugares y espacios con mayores visitas. Lo que permitió hacer tablas informativas, tomando en cuenta los lugares que recibieron más opiniones favorables. Con los datos obtenidos elaboramos una lista que confirma los datos del OTCC. Esta se hizo solo tomando la fecha en que se obtuvo el dato, sin considerar el momento en que se inició la acumulación de opiniones, solo la cuantificación de éstas. El muestreo fue discrecional, donde los sujetos se seleccionaron por facilidad y conveniencias.

**SEGUNDO INSTRUMENTO:** Fue una entrevista estructurada, aplicada a un grupo focal, organizado en la Facultad de Artes de la Universidad Autónoma de Santo Domingo (UASD) en un evento titulado: Ocio, Visión y Conceptualización desde las Distintas Disciplinas Universitarias, donde se realizó una mesa de discusión para la resignificación del ocio en la República Dominicana. En esta actividad se desarrolló un conversatorio que se sustentó con las comunicaciones de docentes investigadores de la UASD e invitados especiales de otras Instituciones de Estudios Superiores (IES), quienes disertaron sobre tópicos relacionados con el crecimiento humano a partir del ocio. Al finalizar la jornada, los expositores llenaron una encuesta, estructurada conforme a los objetivos específicos del estudio, en la que se incluyeron los siguientes ítems:

- 1.- ¿Qué es el ocio?
- 2.- ¿Qué consecuencias positivas y negativas piensan que tienen las prácticas de ocio en la realidad?

- 3.- ¿Considera que es posible cambiar el modo de entender el ocio a través de la Educación?
- 4.- ¿Habían escuchado hablar de los beneficios del ocio? (Por favor argumente su respuesta).
- 5.- ¿Qué se entiende por Industrias Creativas y Culturales?
- 6.- ¿En cuál Facultad usted desarrolla su mayor actividad docente, investigativa y extensionista?
- 7.- Si este evento fuera una fruta tropical. ¿Cuál sería y por qué?

Los datos fueron analizados cualitativamente y se reportaron informaciones que ofrecieron el punto de vista sobre la necesidad de una mejor difusión del ocio, sin importar si lo hace el Estado o las empresas privadas. El muestreo fue intencional y por lista, donde los sujetos se seleccionaron por disposición y ventajas. Los datos obtenidos sirvieron para tener un punto de referencias para comparar entre una población que debe tener dominio y conocimiento sobre los beneficios del ocio y la otra que en su modo de vida no tiene que tener conocimiento sobre el uso correcto del tiempo libre y el ocio, que es la población que vive en la CC-SD.

**TERCER INSTRUMENTO:** Consintió en una entrevista semiestructurada y focalizada para levantar informaciones fehacientes relacionadas con los objetivos y las hipótesis de la investigación. Según Merton, Kiske y Kendal (1956), este tipo de instrumento permite que el entrevistado solo aporte datos sobre el tema específico a su experiencia en el campo laboral y profesional. Es por ello que se diseñó un instrumento cuyos ítems debían lograr el propósito de conocer los niveles de apoyo que vienen recibiendo las instituciones que patrocinan a grupos sociales que difunden la cultura en territorio que ocupa la CC-SD.

Se creó con ítems específicos para entrevistar a testigos privilegiados, quienes ofrecieron datos e información que demostraron los niveles de información sobre el patrocinio cultural (mecenazgo) y apoyo comercial (*endorment*) que tienen los involucrados en la zona. En el formulario se incluyó una sesión para obtener los datos del entrevistado y una unidad para recabar datos a través de 15 preguntas, relacionadas con los objetivos específicos:

- I.- Conocer las funciones del mecenazgo en el desarrollo local a través de proyectos de ocio.
- II.-Especificar los aspectos referenciales de ocio valioso relacionados con el desarrollo personal y comunal.

Siguiendo fiel a lo planteado por Merton, Kiske, & Kendall (1956) respecto al diseño de instrumentos para recabar información, se trazaron los siguientes criterios para la selección de las personas a entrevistar:

I.- Se realizó una lista de quince (15) instituciones y personas que a juicio y referencias de expertos trabajan como mecenas, patrocinadores de la cultura y promotores de las buenas prácticas de ocio; se usó para esto el 1er instrumento observación *Web* y se complementó con observaciones en el Clúster Turísticos y las Facultad de Turismo de la Universidad Autónoma de Santo Domingo, UASD, y la Universidad Acción Pro Educación y Cultura, UNAPEC, dos de las más importantes instituciones de educación superior en el país, la primera es pública, la más grande y antigua del país, la segunda es una de las principales universidades privadas, de sesenta y una (61) que hay en el país<sup>112</sup>.

II.- Se redujo la lista, atendiendo a su relación con la Zona Colonial. Se tomaron en cuentas los siguientes criterios: Nombre de la Institución, Ubicación / dirección, Tipo de Empresa, Capital / Fondo, Tiempo Funcionando, Adscrita a una Institución o Empresa Internacional o Nacional, relación con el Gobierno central del país.

III.- Se identificaron las personas que podían responder por cada institución y resultaron doce (12) de las más calificadas, tanto del sector público como el privado.

Como se pudo apreciar, se siguió un criterio de depuración por conveniencia para los fines de la tesis. Pero lo que primo fue el criterio de selección atendiendo a las calidades, la experiencia y conocimiento de la Zona Colonial de las personas a entrevistar.

---

<sup>112</sup> ACLARACIÓN: El dato de sesenta y una (61) universidades e institutos superiores fue tomado de la Oficina Nacional de Estadística publicados en el año 2014, esta información no se pudo obtener de una lista más actualizada por el Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología, al 2018 se han cerrado alguno de estas instituciones superior, por no cumplir con las reglamentaciones exigida por el Estado.

**CUARTO INSTRUMENTO:** Consistió en una encuesta estructurada, dado que este es un método efectivo para el estudio de campo y uno de los instrumentos más valorados al momento de recoger informaciones frescas y confiables, siempre que se escoja la correcta unidad muestral y se formulen las preguntas apropiadas. Este instrumento permitió que los encuestados ofrecieran de manera libre y sin cohesión datos relacionados con su experiencia relacionada al objeto de estudio. Esto permitió obtener datos e información que señalaron los niveles de información sobre patrocinio cultural (mecenazgo) y apoyo comercial (*endorsement*) que tiene la población usuaria de la Ciudad Colonial. En el formulario se incluyeron dos unidades con 12 preguntas, relacionadas con los objetivos específicos Nos. I y II de este estudio y una sesión para recoger datos personales del entrevistado. Su estructura ayudó a confirmar los datos recogidos con los anteriores instrumentos (Guía de observación y la Entrevista focalizada).

La unidad muestral se calculó tomando en cuenta lo que Ezequiel Ander Egg (1985) plantea en *Técnicas de investigación social*. Cuando el universo o población es menor de 100.000 habitantes, digamos que es finita y que se puede contar, es una muestra en donde todos tienen las mismas posibilidades de ser escogidos, el muestreo es del tipo probabilístico, la fórmula a usar para establecer la unidad muestral es la siguiente:

Donde:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

**n** = Tamaño de la muestra a realizar (?),

**N** = Población o universo objeto de estudio 7,750  
(Población de la Ciudad Colonial según PFTCC),

**p** = 50% Probabilidad de ser tomado (0.50),

**q** = 50% Probabilidad de ser no escogido (0.50),

**Z<sub>a</sub>** = Confiabilidad de la muestra 95% (1.96),

**d** = 8% Margen de error / derivación (0.08).

**Resultado: 150 muestras**

Las encuestas se aplicaron de manera intencional a los residentes en la CC-SD y a los dueños de negocios. Más adelante, en el punto 3.7 se explica el procedimiento y la aplicación del instrumento.

### 3.6.1.- Validación y Confiabilidad de los Instrumentos

Los instrumentos de recolección descritos anteriormente reúnen los requisitos de confiabilidad y validez. (Ver Tabla 3.2). La confiabilidad se refiere al grado de similitud que resulta al aplicar repetidas veces un mismo instrumento al mismo sujeto u objeto de estudio en momentos diferentes, los cuales producen resultados similares o iguales. Mientras que la validez se puede corroborar de varias maneras, uno de estos es: la validez de criterio, que es cuando se establece la eficacia de un instrumento de medición cuando se compara con algún criterio externo. Este es un estándar con el que se juzga la validez del instrumento, otro es la validez de contenido que se refiere al grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide. Es el grado en que la medición representa al concepto medido (Bohrnstedt, 1976).

INSTRUMENTOS	TIPO DE VALIDEZ	CONFIABILIDAD
<b>I.- GUIA DE OBSERVACIÓN PARA OBENER INFORMACIÓN EN PORTALES WEB QUE SE RELACIONAN CON LA CIUDAD COLONIAL</b>	<i>Es de CRITERIO: Dado que los datos son corroborados con los usuarios, todos los días cuando entran al portal y emiten su opinión positiva o negativa, el instrumento es considerado con 95% de valides. Solo los que se duplican en otro idioma sustraer de 1 a 5% las opiniones y no aparecer en el portal en español.</i>	<i>El hecho de que los portales consultados acumulan opiniones de los usuarios, a través de un click para confirmar de 1 a 5 el agrado o no de los usuario turistas, les da una confiabilidad en 50%, dado que no todos los usuarios están obligados a emitir su satisfacción por los servicios en la CC-SD, pero los visitantes extranjeros o nacionales que lo hacen dejan un registro con un rango positivo.</i>
<b>II.- ENCUESTA A DOCENTES UNIVERSITARIOS QUE PARTICIPARON EL GRUPO FOCAL PARA RESIGNIFICAR EL OCIO EN LA SOCIEDAD DOMINICANA</b>	<i>Es de CONTENIDO: Muchas de las variables de esta encuesta ya se han medido en otros momentos y estudios, lo que se busca con esta es confirmar cuán diferentes son los rangos que los distancian de las demás opiniones externas por profesionales similares. (las variables pueden verlas en los capítulos I y V).</i>	<i>La encuesta es fiable. Conto con ocho (8) ítems que fueron completados adecuadamente de manera asincrónicamente por los participantes. El instrumento se lo llevaron al final del evento y devolvieron cumplimentados después de una semana. Las informaciones fueron conscientes, variadas en su forma de redacción más no en su significado y contenido, lo que fue evidenciado en el análisis.</i>
<b>III.- ENTREVISTA SOBRE EL MECENAZGO EN APOYO AL OCIO EN LA ZONA COLONIAL DE SANTO DOMINGO, R.D,</b>	<i>Para la entrevista y la encuesta es de CRITERIO y CONTENIDO. Otros instrumentos similares, se han hecho sobre las experiencias de turismo y uso de los espacios de la ciudad en un momento específico. Mientras que los modelos de entrevista y encuesta creado para esta tesis se refieren y al concepto de ocio y al apoyo cultural, conceptos que tienen mucho en común, en tanto que las variables se refieren a Industrias Culturales y Creativas o Industrias del Ocio relacionadas con políticas públicas y patrocinio, lo que define el criterio y el contenido de los ítems.</i>	<i>Para la entrevista, la confiabilidad viene dada por la consistencia de las informaciones de los testigos, como cuando varios medios de información han reproducido sus declaraciones. El instrumento permite confirmar y actualizar los datos.</i>
<b>IV.- ENCUESTA SOBRE LA EXPERIENCIA DE OCIO EN LA ZONA COLONIAL DE SANTO DOMINGO, REP. DOM</b>		<i>Fiabilidad de la encuesta se dio al hacer un piloto con días antes de aplicar la unidad muestral completa. Las informaciones de los encuestados en el piloto y en la totalidad de las encuestas fueron consistentes, conforme los objetivos de la tesis. Los posibles errores (de significado y construcción) se emendaron antes de hacer el muestreo.</i>

Con relación a los instrumentos usados en la recolección de datos e información, fueron observados por las directoras de la investigación, Doctoras María Luisa Amigo, Yolanda Fernández de la Universidad de Deusto (UD), Bilbao, España, y los asesores externos, doctores Clara Sullin Joa y Leiny Guerrero de la Universidad Autónoma de Santo Domingo, UASD, República Dominicana.

### 3.7.- PROCEDIMIENTO Y APLICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

A continuación, se describe cómo se obtuvieron los resultados de las pesquisas, al aplicar los instrumentos descritos anteriormente en el punto 3.6. Los hallazgos se exponen en el cuarto capítulo de esta tesis, la última sesión expositiva, donde se concluye y se hacen las recomendaciones de lugar con relación al patrocinio vía mecenazgo, el ocio y las políticas públicas para el desarrollo de la cultura que ha de beneficiar a los habitantes y usuarios de la CC-SD.

#### PRIMER INSTRUMENTO, GUIA DE OBSERVACIÓN

##### 3.7.1.- Cómo se aplicó la guía de observación en la web

Tomando en consideración los datos e informaciones del Clúster Turístico de Santo Domingo (CTSD), Patrimonio Cultural, y el Programa de Fomento al Turismo de la Ciudad Colonial (PFTCC-SD), se aprecia que en sus respectivos listados de zonas de interés cultural difieren las cantidades. La Fundación Global y Desarrollo (FUNGLODE) a través del portal ([www.dominicanaonline.org](http://www.dominicanaonline.org)) en lista, noventa y una (91) áreas, mientras que el CTSD en sus materiales promocionales presenta noventa (90) y el PFTCC-SD, informa en que hay noventa y tres (93). Como se puede apreciar, estas instituciones proyectan al respecto sutiles diferencias. Esta lista se hace mayor si incluimos los espacios de alojamiento, expendedores de alimentos, bebidas y otros lugares de diversión y recreación. Puede que, por algún criterio de selección u olvido, se queden algunas de las instituciones, oficinas o áreas que laboran para el desarrollo de los servicios de ocio en la CC-SD. Es por lo que se decidió, hacer primero una observación en la web, para escoger los espacios que tienen mayor arraigo en la población.

Siguiendo el diseño de instrumento explicado anteriormente, se facilitó al implementarlo dentro de las líneas de observación en espacios en la CC-SD:

- I.- Principales espacios de alojamiento cercano a la zona.
- II.- Espacios para comer, tomar y compartir en la ciudad intramuros.
- III.- Lugares para comprar, visitar y pasear en a la próximo o en CC-SD

Conforme estos tres lineamientos, se hizo un sondeo en los principales portales de internet, donde los usuarios de las CC-SD ofrecieron sus opiniones de manera libre y sin coerción. En la medida que se hacían los sondeos en los lugares, se fue conformando una lista en orden descendente, colocando en primer lugar a los que tenían un mayor número de opiniones positivas de parte de los visitantes, después de haber conocido: las iglesias, las

fortificaciones, las casas históricas, los museos y salas de exposiciones, los centros de documentaciones, los monumentos, los parques, las plazas y plazoletas, y los lugares de alojamiento, y diversión nocturna. Resultaron ocho (8) tablas, que contienen informaciones que sirvieron de referencias y acercamiento a los lugares donde se brindan momentos de ocio, espacios para el descanso o se promociona la cultura para el disfrute de la gente. Sobre todo, sirvió para identificar las instituciones y espacios que han sido instalados en el casco histórico, después de la última remodelación hecha dentro del PFTCC-SD, bajo la dirección del Ministerio de Turismo del país, durante los últimos tres años. Las tablas podrán ser observadas en el cuarto capítulo de esta tesis.

---

#### SEGUNDO INSTRUMENTO, GRUPO FOCALIZADO

### **3.7.2.- Cómo se aplicó el instrumento a docentes-investigadores**

Los datos e informaciones obtenidos mediante este proceso metodológico, realizado en el primer cuatrimestre de 2016 en la Universidad Autónoma de Santo Domingo (UASD), por el cual se convocó a todos los investigadores de esa institución de estudios superiores, para discutir sobre la socialización del ocio y sus beneficios. En esta mesa de discusión, los docentes-investigadores expusieron sus puntos de vistas sobre el papel del tiempo libre, el descanso y la recreación, para el desarrollo humano en la población dominicana. El motivo de la apertura de este espacio se debió a que, en este contexto, donde se supone deben estar bien informados los docentes, no se comprenden los niveles de impacto económicos, sociales y culturales del ocio, y mucho menos cómo influyen en la población de República Dominicana. Como método de trabajo se plantearon tres (3) momentos:

- I.- Recoger los puntos de vista de los profesionales de las distintas disciplinas de la educación superior sobre el fenómeno del ocio en la República Dominicana.
- II.- Identificar el nivel de conocimiento que tienen los participantes sobre las diferencias entre ocio, tiempo libre, descanso y la recreación, para unificar criterios que permitan preparar una herramienta que facilite la promoción de una pedagogía del ocio.
- III.- Enumerar los beneficios del ocio percibidos por las personas involucradas con las buenas prácticas del uso del tiempo libre, las cuales han de ser reportadas por los participantes.

La investigación arrojó que, a pesar de estas personas tener ciertas nociones sobre la definición y beneficios del ocio, no incluyen el concepto en su diario vivir, por temor a ser etiquetados y relacionados con la ociosidad y la vagancia, una idea negativa bastante difundida en el Caribe y Latinoamérica, infundada por cuestiones culturales. Las opiniones se agruparon en los siguientes puntos:

- 1.-El ocio es descanso, es la práctica de la libertad a través de la voluntad, sin que se sienta que sea una obligación o una tarea pendiente ejercer este derecho.
- 2.-Es una catapulta para crear, es el tiempo utilizado en una actividad fuera del trabajo, no de la vida común para resolver problemas personales y familiares, sino el llamado a satisfacer nuestras necesidades.
- 3.-Es un derecho que tienen todos los seres humanos de disfrutar de un tiempo fuera de los espacios laborales, en el que puedan desarrollar distintas actividades, a través de las cuales puedan descansar, desarrollar su intelecto, o cultivar su espíritu.
- 4.-Es el derecho que tiene todo individuo a no hacer nada, a vagar y descansar. Es el momento para aislarse de todo tipo de actividad, especialmente de la laboral.
- 5.-Se confirmó lo planteado por Dumazedier (1964), el ocio es el conjunto de operaciones a las que el individuo puede dedicarse voluntariamente, en pro de la búsqueda de bienestar, salud y felicidad, para sí mismo y para la colectividad en la cual se desempeña su labor.

Con este grupo focal se estableció un punto de partida, pues es primera vez que en el país se estudia los niveles de conocimiento del ocio, la comprensión sobre sus beneficios, como sus consecuencias positivas y negativa. Mas adelante, en el cuarto capítulo se exponen a fondo los hallazgos en este encuentro docente-investigativo, los cuales se cruzarán con los objetivos de esta tesis.

---

#### TERCER INSTRUMENTO, ENTREVISTA

##### **3.7.3.- Proceso de obtención de la muestra para hacer las entrevistas**

La estructura de la guía de la entrevista a profundidad permitió conocer los niveles de apoyo que ofrecen varias instituciones a grupos sociales que difunden la cultura en la CC-SD. Para realizar este sondeo se siguieron estos cuatro (4) pasos:

- I.- Cuantificación de las instituciones que contribuyen al desarrollo del casco histórico.
- II.- Identificación de las fundaciones, centros y asociaciones que trabajan en la zona.
- III.- Reducción de una lista de centros culturales después de ver su relación directa con el casco histórico.
- IV.- Identificación de los directivos o responsables por el funcionamiento de estos centros que son patrocinadores de la cultura en la CC-SD.

A continuación, presentamos la Lista No. 3.3 compuesta por doce (12) instituciones, las cuales laboran desde la misma CC-SD o desde otras instituciones estatales.

LISTA No. 3.3

#### DATOS GENERALES DE FUNDACIONES QUE TRABAJAN POR EL DESARROLLO CULTURAL

	<p><b>FUNDACIÓN CULTURAL CASA DE TEATRO (CCCT)</b>          Fundado en 1974, Dirigida por el escritor dominicano Freddy Ginebra.          Funciona en una antigua casa del siglo XX en la Ciudad Colonial. Es una Institución privada, que se mantiene con fondos propios y donaciones de empresas comerciales.          Teléfono: (809) 689-3430. Calle Arzobispo Meriño #110. (4.5 / 156 opiniones)*.</p>
 <p>CENTRO CULTURAL DE ESPAÑA</p>	<p><b>CENTRO CULTURAL DE ESPAÑA EN SANTO DOMINGO (CCESD)</b>          Fundado en 1976 y remodelado en 1987. Dirigida por Juan Sánchez.          Funciona en el antiguo Colegio Gorgón (1550).          Recibe el apoyo económico del Gobierno español.          Es una Institución adscrita a la Embajada de España          Teléfono: (809) 686-8212, Calle Arzobispo Meriño #2. (4.7 / 89 opiniones)*.</p>
	<p><b>CENTRO CULTURAL DE LAS TELECOMUNICACIONES (CCT)</b>          Fundado el 18 de julio de 2011, Dirigido por          Funciona en antiguo Palacio de la telecomunicación, construido a mediados del Siglo XX.          Es una dependencia del Instituto Dominicano de Telecomunicaciones (INDOTEL)          Recibe el apoyo económico del Estado dominicano.          Teléfono: (809) 378-6250, Calle Isabel la Católica. (4.5 / 65 opiniones)*</p>
	<p><b>CENTRO CULTURAL BANRESERVAS (CCB)</b>          Fundado el 31 de enero 2013. Dirigido por Juan Freddy Armando.          Funciona en una casa de principio de siglo XX de la Ciudad Colonial.          Es una dependencia del Banco BanReservas. Recibe el apoyo económico del Estado dominicano.          Teléfono: (809) 960-2094, Calle Isabel la Católica #202 (5.0 / 3 opiniones)*</p>
	<p><b>CENTRO COMUNITARIO CIUDAD COLONIAL (CCCC-SD)</b>          Fundado en abril 2017. Dirigida por Carlos Arias.          Funciona en un edificio de mediados del siglo XX, en la 2da. Planta del Edificio Saviñón          Es una dependencia del Programa de Fomento al Turismo en Ciudad Colonial (PFTCC-SD), que dependen del Ministerio de Turismo. Desde donde también funciona El Observatorio de Turismo en la Ciudad Colonial. Recibe el apoyo económico del Estado dominicano.          Teléfono (829) 545-1548 ext. 7301, Calle el Conde, edificio Saviñón 2do. Piso.</p>

Fuente: (Google comentarios 29/julio/2017)

De las cinco (5) anteriores instituciones, la primera es la más antigua; es una fundación sin fines de lucro de origen privado y dirigida por su fundador. La segunda (CCESD) es un centro logístico para promover la cultura en todas sus vertientes en el país; es patrocinada por el Gobierno español y las tres siguientes (CCT, CCB) y CCCC-SD) son subvencionadas por el Estado dominicano. La última de esta lista es un espacio de reciente inauguración, desde aquí se está sirviendo a la comunidad de muchas maneras, las cuales puntualizaremos más adelante, para identificar en qué beneficia a la CC-SD el CCC-SD.

Es significativo aclarar que al iniciar esta observación en la web se encontró la primera acción gubernamental para proteger este importante patrimonio de la humanidad. Identificado como “Patronato de la Ciudad Colonial de Santo Domingo”<sup>113</sup>, desde donde se realizaron los preparativos la celebración de los quinientos años de la fundación de Santo Domingo (1496-1996), durante la cual se desarrolló un programa de actividades culturales y publicaciones alusivas a la ocasión. La función principal por el cual fue creado concluyó hace tiempo, y la de dar seguimiento y promoción a la CC-SD ha sido transferida a otras oficinas públicas y privadas. Las responsabilidades actuales que le competen son las de administrar la Biblioteca del Museo de las Casas Reales y contribuir con la protección del patrimonio cultural de los dominicanos. Por esta razón no se tomó en cuenta para ser estudiada, pues su función, según sus resultados y presencia en los medios de comunicación y repositorios de información, no dieron cuenta de sus actividades en los últimos quince (15) años.

Otra institución vinculada con la CC-SD por su antigüedad y nexos con la zona objeto de estudio es la Universidad Autónoma de Santo Domingo (UASD), fundada en 1538, en ese entonces Universidad Santo Tomas de Aquino, establecida a tres décadas después de la fundación de la ciudad en 1496. En esta entidad solo se identificaron tres espacios: La Casa de la Rectoría, donde se hace algunas actividades institucionales, El Instituto Geográfico, un repositorio de datos geográficos para la investigación y la Iglesia de los Dominicanos, que en la actualidad está bajo el patrocinio de la al Arzobispado de Santo Domingo, y fue la sede en la época colonial de la Universidad Estatal.

Continuando con los protocolos de la guía de observación en la web, seleccionamos otras siete (7) instituciones, las cuales se muestran en la Lista No. 3.4. Las tres (3) primeras de la lista son patronatos, en cuyas entidades convergen otras instituciones, lo que le da mayor credibilidad a las informaciones que provienen de sus comités directivos, por lo que se puede decir que esta lista es representativa de las empresas que laboran por y para la CC-SD. Al final se incluyen dos de los ministerios y la institución legislativa del Estado dominicano, cuyas oficinas tienen a su cargo el progreso de la Nación, por consiguiente, también el del casco histórico de su capital.

---

<sup>113</sup> PATRONATO DE LA CIUDAD COLONIAL DE SANTO DOMINGO (PCC-SD). Creado mediante Decreto 220 del 23 de agosto de 1993, adscrito a la Arquidiócesis de Santo Domingo, fundada en 1511. Las funciones de este primer patronado han cambiado a través del tiempo. Se ha convertido en un Centro de Altos Estudios Humanísticos y del Idioma Español, y una Biblioteca del Museo de las Casas Reales, desde donde se promueve el desarrollo de la Zona. ubicado en la calle Las Mercedes # 1, ciudad de Santo Domingo, República. El PCC-SD está adscrito a la Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña (UNPHU), (ver logros de instituciones relacionadas en anexos de esta tesis).

LISTA No. 3.4

**DATOS GENERALES DE INSTITUCIONES QUE TRABAJAN POR EL DESARROLLO CULTURAL****ASOCIACIÓN DE JUNTAS DE VECINOS DE LA CIUDAD COLONIAL (AJVCC)**

Fundada en el 2000. Cuenta con una estructura administrativa. Asamblea General: Las 13 juntas de vecinos de la Ciudad Colonial. Consejo Directivo, 14 puestos (Integrados por las 13 Juntas de Vecinos. El lugar de despacho es desde la casa # 309 de la calle Arzobispo Portes; se reúne en el Museo de la Resistencia.

<https://www.facebook.com/Union-De-Juntas-De-Vecinos-De-Ciudad-Colonial-1382486998653076/>

**CLÚSTER TURÍSTICOS SANTO DOMINGO INC. (CTSD)**

Fundado el 23 marzo 2007. cuenta con una estructura administrativa Asamblea General: Todos los sectores de la cadena de valor del Turismo Consejo Directivo, 13 puestos (9 Sector Privado / 4 Sector Público). Calle Arzobispo Meriño # 157. Teléfono: (809) 687-8217

<http://clusterturisticodesantodomingo.org.do/>

**ASOCIACIÓN COMERCIANTES DE LA CALLE EL CONDE Y LA CC (ASOCONDE)**

Fundada el 19 de junio de 1973. Asamblea General que representa a la mayoría de los establecimientos comerciales de la calle El Conde y la Ciudad Colonial de Santo Domingo. Presidente: Hernani Montalvo, Miembro Directivo. Su objetivo es: Formular y representar positivamente la imagen de sus asociados promoviendo la vocación comercial y de servicio.

ASOCONDE. (809) 686-2676. [asoconde01@yahoo.com](mailto:asoconde01@yahoo.com)

**MINISTERIO DE CULTURA (MICUL)**

Es la instancia Estatal encargada de coordinar el Sistema Nacional de Cultura de la República Dominicana, responsable de la ejecución, de la puesta en marcha de las políticas, planes, programas y proyectos de desarrollo cultural. <http://cultura.gob.do/>

**MINISTERIO DE TURISMO (MITUR)**

Organismo Estatal creado mediante el Decreto 56-10, en el año 2010, con la finalidad de catalizar el Sector Turismo de la República Dominicana. Oficina Coordinadora del Programa de Fomento al Turismo de la Ciudad Colonial de Santo Domingo. Proyecto apoyado con el BID y los Grupos Empresarios de la CC. <http://www.sectur.gob.do/>

**AYUNTAMIENTO DEL DISTRITO NACIONAL (ADN)**

Es un organismo de gobierno, que constituyen el Concejo Municipal, que es el cuerpo legislativo y de fiscalización. El Alcalde es el ejecutivo del gobierno local, quien es el responsable de facilitar la equidad, la calidad de vida y el desarrollo humano de la comunidad. Satisfiriendo las demandas de los municipios y articulando las intervenciones de los actores relevantes del territorio del Distrito Nacional. <http://adn.gob.do/>

**PODER LEGISLATIVO DE LA REPÚBLICA DOMINICANA**

Es la institución legislativa nacional del país. Es un cuerpo bicameral y está conformado por un Senado y una Cámara de Diputados. La reunión del Senado y la Cámara de Diputados se denomina Asamblea Nacional. Es el órgano que elabora las leyes. Es lo que se tomó en cuenta para saber sobre la ley de mecenazgo y patrocinio cultural, los que nos llevó al Asesor Cultural de la Cámara de Diputados. <http://www.gob.do/>

Fuente: (Portales Web de las instituciones, 2017)

Las doce instituciones seleccionadas fueron estudiadas para ver su relación directa en la implementación de los espacios de ocio en la CC-SD. En la Lista No.3.5 se puede ver sus representantes (gerentes, presidentes, ministros, responsables de dirigir los centros y oficinas) se realizó un listado de doce (12) personas, de las cuales fueron entrevistadas a profundidad cuatro (4), las ocho (8) restantes aportaron informaciones en los portales web de sus respectivas instituciones y de entrevistas recientes, publicadas en los medios electrónicos (radio y televisión) y medios impresos (periódicos y revistas).

LISTA No. 3.5

**IDENTIFICACIÓN DE TESTIGOS PRIVILEGIADOS QUE CONOCEN LA CIUDAD COLONIAL (CC-SD)**

NOMBRE DEL ENTREVISTADO	IDENTIFICACIÓN CARGO E INSTITUCIÓN EN LA QUE LABORAN
1.- Freddy Ginebra	Director General, Promotor cultural, escritor y publicista. <b>FUNDACIÓN CASA DE TEATRO (FCCT).</b> Coordinación General Clúster Turístico de Santo Domingo.
2.- Juan Sánchez	Director General, Filólogo, gestor y facilitador Cultural. <b>CENTRO CULTURAL DE ESPAÑA EN SANTO DOMINGO (CCESD)</b> Representante Cultural de Embajada de España.
3.- Basilio Velliar	Encargado de eventos, poeta, ensayista y crítico literario. <b>CENTRO CULTURAL DE LAS TELECOMUNICACIONES (CCT).</b> Profesor de Crítica de Historia del Arte, UASD.
4.- Juan Freddy Armando	Director General, poeta, escritor y promotor cultural. <b>CENTRO CULTURAL BANRESERVAS (CCB).</b> Profesor de Literatura.
5.- Carlos Arias	Coordinador General, investigador social y promotor cultural. <b>CENTRO COMUNITARIO CIUDAD COLONIAL (CCCC).</b> <b>MINISTERIO DE TURISMO, PFTCC-SD.</b>
6.- Pedro del Castillo	Presidente de la UJVCC. <b>UNIÓN DE JUNTAS DE VECINOS CIUDAD COLONIAL</b> Presidente de la Junta del Callejón Regina Agelorum.
7.- Kin Sánchez	Asuntos Culturales y Comunitarios. Promotor cultural y escritor. <b>CÚSTER TURÍSTICO SANTO DOMINGO (CTSD)</b> Consultor Turístico.
8.- Luis Felipe Aquino	Decano de Turismo UNAPEC, profesor turismo. Miembro de Clúster Turístico de Santo Domingo. <b>DECANATO DE TURISMO DE LA UNIVERSIDAD.</b> <b>ACCIÓN PRO EDUCACION Y CULTURA, UNAPEC.</b>
9.- Carlos Santos Durán	Sub-secretario de Desarrollo Institucional, <b>MINISTERIO DE CULTURAL</b> sociólogo-artista plástico
10.- Marivel Villalona	Encargada General del Plan de Fomento de Turismo para la Ciudad Colonial de Santo Domingo. (PTFCC-SD) <b>MINISTERIO DE TURISMO.</b>
11.- Abil Peralta	Asesor Cultural Cámara de Diputados, <b>CONGRESO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DOMINICANA</b> Crítico y Curador de Artes Plástico.
12.- David Collado	Alcalde Santo Domingo de Guzmán <b>AYUNTAMIENTO DEL DISTRITO NACIONAL</b>

Fuente: (Organigramas institucionales, 2017)

En el primer acercamiento a los testigos seleccionados, se hizo una prueba piloto a dos de los entrevistados, (No.1 y 3 de la Lista No.3.)<sup>114</sup> lo que permitió corregir algunos de los ítems de la entrevista, antes de continuar con las restantes personas, que conformaron la muestra que fue realizada a través de los portales de las instituciones para las que laboran. Las doce personas seleccionadas aportaron datos importantes a través de sus declaraciones hechas a la prensa escrita y otros medios electrónicos, pero solo fueron seleccionados para las entrevistas a profundidad, los indicados en los números 6, 7, 8, 9 y 10.

<sup>114</sup> NOTA: La confiabilidad de esta muestra viene dada por las calidades de las personas de la Lista No. 3.5, quienes tienen opiniones de gran valor sobre el objeto de estudio, sus experiencias, conocimientos comprobados en sus hojas de servicios, las crónicas periodísticas y las instituciones donde laboran dan razones de sus aportes profesionales. Algunos de los testigos delegaron en sus asistentes, especialmente los que laboran en instituciones estatales.

A continuación, presentamos los quince (15) ítems que sirvieron de pautas para hacer las entrevistas y sondeos en fuentes documentales, los detalles de su estructura se pueden apreciar a continuación.

ITEMS PARA LA ENTREVISTA SOBRE EL MECENAZGO EN APOYO AL OCIO EN LA ZONA COLONIAL DE SANTO DOMINGO, RD.		
<b>DATOS GENERALES:</b>		
I.- NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN: _____		
II.- UBICACIÓN: _____		
III.- TIPO DE EMPRESA: _____		
IV.- CAPITAL / FONDO: _____		
V.- TIEMPO FUNCIONANDO: _____		
VI.- ADSCRITA A OTRAS INSTITUCIÓN INTERNACIONAL: _____		
VII.- ES UNA DEPENDENCIA DE UNA EMPRESA NACIONAL: _____		
<b>PREGUNTAS:</b> <i>(Vinculadas con los objetivos específicos 1 y 2 de la tesis)</i>		
<b>UNIDAD I. CONOCIMIENTO DE LOS CONCEPTOS: MECENAZGO Y PATROCINIO</b>		
1.- <i>¿Esta institución se dedica básicamente a las prácticas de Caridad, Mecenazgo o Filantropía?</i>		
2.- <i>¿O sea que, el conjunto de las actividades que realiza la institución las considerada en sentido general como Patrocinio?</i>		
3.- <i>¿Cuál de estos tipos de Patrocinio?</i>		
<i>a) Altruista, b) Comercial, c) Religioso su institución apoya más</i>		
4.- De las siguientes actividades:		
1.- FIESTAS PATRIAS,	7.- PROGRAMA RADIALES,	12.- EXPOSICIONES DE
2.- CELEBRACIONES RELIGIOSAS,	8.- OBRA TEATRALES,	OBRAS PLÁSTICAS,
3.- PRÁCTICAS DEPORTIVAS	9.- ESPECTÁCULOS DE	13.- AGROTURISMO,
4.- JUEGOS COMPETITIVOS,	GRUPOS MUSICALES,	14.- TURISMO RURAL,
5.- PROGRAMAS DE TELEVISIÓN	10.- CONCURSOS, CULTURALES,	15.- TURISMO ECOLÓGICO,
6.- PELÍCULAS,	11.- PASES DE MODAS,	16.- TURISMO DE SALUD.
<i>¿En cuáles de estas áreas esparcimiento la empresa apoya con más frecuencia?</i>		
<b>UNIDAD II. CONOCIMIENTO DE POLÍTICAS PÚBLICAS SOBRE LA CULTURA DEL OCIO</b>		
5.- <i>¿Cuánto tiempo tiene la institución ofreciendo sus servicios de recreación?</i>		
5.1.- <i>¿Tiene datos sobre los resultados alcanzados?</i>		
6.- <i>¿Cuáles de los Ministerios del país cree que están más vinculados con la cultura del ocio?</i>		
6.1.- <i>¿Por qué usted opina eso?</i>		
6.2.- <i>¿Cree que los ministerios promueven un uso correcto del tiempo libre y el ocio en el país?</i>		
7.- <i>¿Cuáles eventos culturales relacionado con el ocio de los realizados por el Estado,</i>		
7.1.- <i>¿Usted puede decir que ha promovido las buenas costumbres en el país?</i>		
8.- <i>¿Cree usted que la Constitución garantiza el tiempo libre y el ocio de los ciudadanos?</i>		
9.- <i>¿Cree que hay leyes creadas especialmente para la práctica del ocio en el país?</i>		
9.1.- <i>¿Puede mencionar alguna de esas leyes que difunden el ocio?</i>		
10.- <i>¿Cuánto conocen de la ley de Mecenazgo y la Ley de Cine?</i>		
11.- <i>¿En que ayudarían esas leyes a la Ciudad Colonial de Santo Domingo?</i>		
<i>Continúa...</i>		

...Viene de la página anterior.

### UNIDAD III. CONOCIMIENTO DE LOS CONCEPTOS DE TIEMPO LIBRE Y OCIO

- 12.- *¿Cree usted que el mal comportamiento de los dominicanos se debe a un mal uso del tiempo libre, a un mal manejo de la recreación?*
- 12.1.- *¿Todos los dominicanos pueden tener un momento de ocio cuando lo deseen?*
- 12.2.- *¿Quiénes pueden practicar un momento de ocio?*
- 12.3.- *¿Cree usted que el ocio es negativo, positivo o no sabe?*
- 12.4.- *¿A que usted atribuye el uso negativo del ocio?*

### UNIDAD IV. VINCULACIÓN: PATROCINIO DEL OCIO EN LA CREACIÓN DE MARCA PAÍS

- 13.- *¿Cree que la institución con sus patrocinios contribuye a la construcción de la Marca País en R.D.?*
- 13.1.- *¿Cuándo se comenzó a construir una marca país en dominicana?*
- 13.2.- *¿Cuáles son los elementos de la cultura que se están utilizando para construir esta marca país?*
- 14.- *¿La institución que usted dirige lo hace desde el concepto Responsabilidad Social? (EMPRESARIAL, RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA, MÁRKETING SOCIAL)*
- 15.- *¿Algo más que agregar sobre lo que nos ha contestado en esta entrevista?*

Las informaciones obtenidas de los encuentros con las personas que citamos anteriormente se exponen en el cuarto capítulo a través de dieciocho (18) cuadros analíticos. Los hallazgos dan cuenta de que hay contradicciones entre los centros que trabajan por el desarrollo social y económico de la zona. Las preguntas que aparecen en la guía de entrevista permitieron que en las conversaciones que sostuvimos con los encuestados saliera a relucir que la intervención del Estado, como principal facilitador de la cultura, no debe ser solo en la Zona Colonial, sino que tiene que extenderse a los barrios que se encuentran más al norte, pues, son los que más lo necesitan el auxilio del Gobierno central y de las empresas que se lucran de la zona. (ver modelo entrevista en Anexo IV).

Según palabras de Kin Sánchez (2017): “Además, si no se le busca una forma de subsistencia a la gente del Barrio Santa Barbara, estarán dejando desprotegidos no solo a esa comunidad sino también, que no habrá garantía para lo invertido en la Zona Histórica de la Ciudad”, lo que coincide con las opiniones de la Unión de Juntas de Vecinos de la Ciudad Colonial (JUVCC-SD) y las declaraciones que vimos de los testigos privilegiados en medios electrónicos de información.

CUARTO INSTRUMENTO, LA ENCUESTA

3.7.4.- Descripción general de la conformación y ejecución de la Encuesta

Después de haber realizado el muestreo en la Ciudad Colonial de Santo Domingo (CC-SD), el cual se inició en agosto y finalizó en septiembre de 2017, resultaron datos e información que revelaron el nivel de patrocinio cultural (*mecenazgo*) y apoyo comercial (*endorsement*) que tiene la población usuaria (*Turistas, negociantes y pobladores*) de la CC-SD. La encuesta se realizó a 150 personas, quienes representan 1.94% de los 7,750 habitantes (*aproximado el 2% según el PTFCC-SD*), que ocupan la ciudad histórica. La unidad muestral se aplicó de manera intencional, al azar y de manera errante en las calles principales, sin tomar en cuenta las clases sociales que viven en la zona, procurando una distribución dispersada equitativa como se muestra en la Infografía No. 3.9.



CALLE	DESCRIPCIÓN	MUESTRA
EL CONDE	(CUADRANTE A, B.) Vía peatonal y más comercial que habitacional. Cruza la CC-SD, desde la Puerta del Conde/parque Independencia, hasta más allá del parque Colón.	25
LAS MERCEDES	Dos carriles una vía en dirección Este a Oeste, tiene más viviendas que espacios comerciales.	25
ARZOBISPO NOEL	(CUADRANTE C, D.) Dos carriles, una vía en dirección Oeste a Este, tiene más viviendas hacia el Oeste y más espacios comerciales hacia el Sur.	25
ARZOBISPO MERINO	(SECTOR A) Dos carriles una vía en dirección Norte a Sur, donde se estrecha. Hay más viviendas hacia el Norte y es más comercial hacia el Sur.	25
ISABEL LA CATÓLICA	(CUADRANTE B, C.) Un carril hacia una dirección Sur a Norte, se ensancha más hacia el sur, donde hay más viviendas. Hacia el sur hay más espacios comerciales y centros culturales.	25
PADRE BILLINI	(CUADRANTE C, D.) Dos carriles, una vía en dirección Oeste a Este, tiene más vivienda que espacios comerciales.	25
LAS DAMA	Un carril en dirección Sur a Norte, pocas viviendas solo en la primera cuadra, más al norte están las edificaciones históricas y espacios turísticos.	00
<b>TOTAL DE ENCUESTAS REALIZADAS</b>		<b>150</b>

**OBSERVACIÓN**

La muestra se hizo en las proporciones que presentan en esta infografía no 3.4. Otras calles más pequeñas que cruzan la ciudad en dirección Norte/Sur no fueron tomadas, pues solo se consideraron a las viviendas que han sido más afectadas en la primera etapa de intervención de la Ciudad Colonial. Igualmente, la avenida Mella ubicada al Norte de la CC-SD no fue tomada en cuenta, dado que esta fue considerada en las afueras de la influencia de la intervención de la zona objeto de estudio. Los datos e informaciones de los barrios: San Lázaro, San Miguel, San Antón, Santa Bárbara fueron aportados por los presidentes de las juntas de vecinos de cada demarcación, con quienes me entrevisté en sus reuniones plenarios en la Unión de Juntas de Vecinos de la Ciudad Colonial y en los encuentros realizados en el CCCC-SD.

INFOGRAFÍA NO.3.9. DISTRIBUCIÓN DEL MUESTREO REALIZADO EN LA CIUDAD COLONIAL-SD. RD.

## ITEMS DE LA ENCUESTA SOBRE LA EXPERIENCIA DE OCIO EN LA ZONA COLONIAL DE SANTO DOMINGO, RD.

## UNIDAD I. CONOCIMIENTO DE LAS FUNCIONES DEL MECENAZGO EN EL DESARROLLO EN LA ZC

(Vinculado con el objetivo específico no. 1)

- 1.- ¿Sabe usted lo que es mecenazgo? Si\_\_\_\_, NO\_\_\_\_.
- 2.- ¿Ha recibido ayuda para establecer su negocio en la Zona Colonial? Si\_\_\_\_, NO\_\_\_\_.
- 2.1.- De parte de quién ha recibido patrocinio:
- 2.2.- ¿Qué tipo de patrocinio, ayuda o respaldo ha recibido?
- Nota: En los siguientes dos ítems señale un rango, tomando en cuenta que:  
"0 es nada y 10 es lo más alto"
- 3.- ¿Considera que la intervención del Estado en los arreglos de la Zona Colonial es?
- 4.- ¿Cómo ve su progreso personal después de la intervención del Estado en la Zona Colonial?
- 5.- ¿Conoce el Centro Comunitario de La Zona Colonial?

## UNIDAD II. EFECTO DEL OCIO EN EL DESARROLLO DE SU PERSONA Y LA COMUNIDAD DE LA ZC

(Vinculado con el objetivo específico no. 2)

- 6.- De la siguiente lista, indique con un cotejo los tres (3) espacios físicos que usted más ha visitado en los últimos tres años en la Zona Colonial:
- |                          |                           |                            |
|--------------------------|---------------------------|----------------------------|
| a) MUSEOS                | e) SALAS DE TEATRO Y CINE | h) CENTRO DE DOCUMENTACIÓN |
| b) IGLESIAS              | f) CENTROS DE EVENTOS     | i) PARQUES PLAZOLETAS      |
| c) SALAS DE CONCIERTOS   | g) CENTROS EDUCATIVOS     | j) RUINAS Y LUGARES        |
| d) SALAS DE EXPOSICIONES | Y CULTURALES              | HISTÓRICOS                 |
- 7.- ¿Cuáles lugares de esta lista usted no ha tenido tiempo libre para visitar?
- 8.- De la lista que vio anterior: ¿Le gustaría visitar algunos de estos espacios de ocio?
- 9.- Si su respuesta es afirmativa, mencione tres (3) de las actividades de ocio que quisiera practicar en la Zona Colonial y no puede por alguna razón.
- 10.- ¿Cuáles tres dificultades encuentra para no poder visitar la Ciudad Colonial?
- 11.- ¿Considera que después de los arreglos de la Ciudad Colonial usted ha conocido algo nuevo en lo que pueda divertirse o recrearse?
- 12.- ¿Puede comentar sobre su anterior respuesta o alguno de los ítems anteriores?

## DATOS DEMOGRÁFICOS

- I.- GÉNERO:
- II.- ESTADO CIVIL:
- III.- EDAD:
- IV.- NÚCLEO FAMILIAR:
- V.- ¿TRABAJA EN LA ZONA COLONIAL?

De esta encuesta resultaron ocho (8) cuadros para medir los niveles de conocimiento de las funciones del mecenazgo en el desarrollo en la CC-SD, los cuales permitieron tener una idea cercana de lo que piensan los habitantes de la zona respecto a los efectos del ocio en el desarrollo de su persona y la comunidad objeto de estudio (una idea muy vinculada con el objetivo específico no. 2 de esta tesis). Los detalles de las informaciones se exponen en el Capítulo IV, donde se muestran los datos e informaciones de esta investigación.

### 3.8.- SÍNTESIS DEL CAPÍTULO III

El estudio de este capítulo de la tesis se hizo en tres partes. En la primera se mostró la forma en que se escogió la zona para hacer el estudio de campo, no sin antes identificar los niveles de pobreza del país. Esta acción permitió identificar en la Ciudad Colonial los barrios de la CC-SD con más necesidades. En el segundo momento, se identificaron los espacios de ocio en la Ciudad Primada de América, donde se observó la intervención que el Gobierno ha hecho al casco histórico. También, se describieron los instrumentos de búsqueda que permitieron identificar los espacios de ocio que existen en la Ciudad Colonial e identificar a los testigos privilegiados que dirigen centros culturales, y a los encuestados que viven en la zona. Por último, se mostró el método para estudiar la zona escogida sin perder de objetivo el ocio y el mecenazgo que se practica en su geografía. Se presentaron los diseños de los instrumentos y los procedimientos aplicados para obtener datos en el estudio de campo.

#### PRIMERA PARTE: SELECCIÓN DEL LA ZONA PARA HACER EL ESTUDIO DE CAMPO

En esta sección se describió la zona objeto de estudio. Se hizo una reseña de momentos críticos en la República Dominicana, se identificaron datos e informaciones de fuentes secundarias que contribuyeron en las respuestas a las interrogantes: ¿Cuán pobre es Santo Domingo de Guzmán? ¿Cuán pobre es el Distrito Nacional y la Ciudad Colonial? Los resultados nos pusieron en contacto con el proyecto estatal que aún se está ejecutando en la Zona y comienza a elaborar la segunda parte de este mismo, para continuar ofreciendo momentos de ocio a través el turismo en el casco histórico de la Ciudad Primada de América. Al finalizar esta segunda parte, se mencionan los espacios de ocio que han identificado las autoridades que dirigen el “Programa de Fomento al Turismo en la Ciudad Colonial de Santo Domingo, -Tu Ciudad Colonial”, título con el que se identifica la actividad.

**RESEÑA DE MOMENTOS DE LA HISTORIA DOMINICANA.** De manera puntual se indicó el origen de República Dominicana con la llegada de Cristóbal Colón en 1492 a estas islas caribeñas donde cohabitaban “los Taínos” y “los Caribe”, antiguos pobladores que la llamaban Bohío, Quisqueya (que significa madre de todas las tierras) y Ayití (tierra de altas montañas), y que el Almirante Colón la registro en su bitácora con el nombre de “La Española”, incluyendo la parte que hoy ocupa la República de Haití. El primer asentamiento se remonta a 1493, período que marca la llegada de los primeros europeos a la isla.

Un segundo momento como para reconfirmar el encuentro de culturas o el inicio de la globalización, es el 5 de agosto de 1496 cuando Bartolomé Colón, renombra la ciudad “La

Nueva Isabela,” pues ya su hermano Cristóbal Colón la había bautizado como “Villa Isabela”; ambos asentamientos llevaban el nombre en honor a la reina de Castilla Isabel I, quien había patrocinado esta proeza. Más tarde pasó a llamarse "Santo Domingo de Guzmán", en honor al Santo patrono de Doménico Colombo, padre de Cristóbal Colón. La ciudad llegó a ser conocida como la "Puerta de entrada al Caribe”.

Santo Domingo fue destruida por un huracán en 1502 y el nuevo gobernador Nicolás de Ovando, la hizo reconstruir en otro sitio cercano. El diseño original de la ciudad y una gran parte de su muralla defensiva, todavía se pueden apreciar hoy en día en la Ciudad Colonial, declarada “Patrimonio de la Humanidad” por la UNESCO en 1990. El casco histórico está bordeado por el río Ozama; tiene también una impresionante colección de edificios del Siglo XVI, incluyendo casas palaciegas e iglesias que reflejan el estilo arquitectónico de la época Medieval, mezclado con estilos clásicos y modernos.

**MAPA DE LA POBREZA EN LA REPÚBLICA DOMINICANA.** A partir del 27 de febrero del 1844, fecha de independencia del país, se registran momentos que marcan eventos críticos en la República Dominicana, los cuales han suscitado importante hechos, fenómenos y situaciones que han marcado momentos de crecimiento físico de la ciudad. Igualmente, en sus ciento setenta y tres años se ubican fechas importantes que sitúan cambios políticos y económicos que demuestran desarrollo en la población, pero de manera desigual. A pesar de ser un país en crecimiento, como todos los de América Latina, tiene también sus sombras negativas que se reflejan en la clase con menos poder adquisitivo. En esta investigación quedaron señalados los espacios urbanos que más necesitan la ayuda para su desarrollo. Al respecto la Unión de Junta de Vecinos de la Ciudad Colonial (2017), pidió que, de los 90 millones de dólares del próximo préstamo, que serán utilizados para la segunda parte del arreglando de la Zona Norte de la ciudad, se atiendan primero los barrios Santa Bárbara y San Miguel, y por supuesto, los otros, pero en esa prioridad.

**NIVEL DE POBREZA DE SANTO DOMINGO DE GUZMÁN.** En las últimas dos décadas la macroeconomía ha estado creciendo en la República Dominicana; sin embargo, el mapa de la pobreza no ha disminuido la brecha entre pobres y ricos, como se puede apreciar en los gráficos comparativos Gráficos No. 3.1 y 3.2 en donde se ven los niveles de pobreza de treinta dos (32) provincias de la República Dominicana, señalados por el Banco Mundial. Los datos que reporta una disminución de la pobreza colocan al país en el rango 101 entre 187 naciones del mundo, lo cual es avalado por el Informe Mundial sobre Desarrollo

Humano publicado en el 2015 del PNUD. Aun así, el Distrito Nacional, donde está concentrada la mayor cantidad de personas, la mayor riqueza, el poder político y económico del país, está plagado de miseria y “bolsones de pobreza”, en los cuales los gobernantes trabajan para reducir esa brecha entre los que tienen riqueza y los que no.

**NIVEL DE POBREZA DEL DISTRITO NACIONAL.** Según los datos del estudio sobre la “Calidad de Vida, de la Pobreza en el Distrito Nacional”, en su área metropolitana, representa el 43.3 % de la población, y en los barrios marginados se duplica hasta llegar al 80%. (información aportada por el Sistema Único de Beneficiarios SIUBEN, 2014). Esto ha cambiado ligeramente en el 2016 pues la República Dominicana es un país de ingreso medio y clasificado por los organismos externos como uno de los que se encuentran en vías de desarrollo, pues su economía es pequeña y abierta, con un crecimiento de una tasa promedio anual de 5.4% en los últimos 15 años.

**SANTO DOMINGO DE GUZMÁN, CIUDAD RESCATADA PARA EL OCIO.** Desde 1970 hasta la fecha ha tenido un gran desarrollo, pues en las últimas cuatro décadas se ha ensayado un modelo de gobierno con una democracia representativa que ha facilitado el desarrollo en todos los ámbitos culturales, donde las personas pueden disfrutar de las variadas ofertas turísticas, observar las mejoras que se han hecho a los edificios, apreciar las artes y la creación de instalaciones donde se pueden recrear en su interior o al aire libre. Hecho que es notorio en el país en los períodos gubernamentales sucedidos desde el 2004 hasta 2016, incluyendo el que está en curso (2016-2020), espacios de tiempo en donde se registran los momentos en los que la CC-SD ha sido más atendida, y en los que ha comenzado a desarrollarse las industrias culturales, especialmente las vinculadas con cultura turística, y el patrimonio artístico. En los últimos dos períodos de gobiernos (2012-2016 y 2016-2020) se registran importantes apoyos económicos por parte del Estado para el desarrollo turístico y la educación, un reglón que por primera vez se le asigna el 4% del presupuesto nacional. Estas decisiones han traído una apertura para la difusión de la educación del ocio a través de las ICC, ya que los planteles han aumentado su horario para incluir enseñanzas técnicas especializadas y la artísticas con lo que ha de asegurarse la calidad en el servicio turístico y la mejora de los espacios para el disfrute del tiempo libre.

**PROYECCIÓN DEL PLAN PARA EL SALVAMENTO DE LA ZONA COLONIAL:** Un evento importante que se analizó en este capítulo fue el Programa de Fomento al Turismo Ciudad

Colonial (PFTCC-SD), un plan que comenzó con el rescate de las industrias, culturales, turísticas y recreativas de la ciudad, hace doce años, con una inversión inicial de 30 millones de dólares. Y solo se hizo realidad, al contar con el apoyo de las fuerzas económicas del país, para rescatar las edificaciones antiguas y las de épocas más recientes, incluyendo las mejoras de sus calles y callejones principales, para hacer más atractivos y accesibles la práctica de un ocio para los turistas y quienes viven y trabajan en esta parte de la CC-SD.

Según el BID y el MITUR, terminada la primera parte del PFTCC-SD en este 2018, Ya se ha comenzado el inicio de la segunda parte de este importante rescate cultural. Cuya inversión se estima en 90 millones de dólares más los aportes del sector privado, cuyo monto aún no se estima. En la que se contempla continuar el PFTCC-SD en la parte norte de la ciudad. Además de seguir mejorando la gobernanza de la CC-SD, se dará continuidad al plan de promoción del destino turístico y el de fortalecimiento de los servicios en la Zona, lo que ya ha comenzado con la apertura del Centro Comunitario de la Ciudad Colonial.

**UBICACIÓN DE LA ZONA OBJETO DE ESTUDIO:** La ciudad de Santo Domingo de Guzmán fue fundada por Bartolomé Colón en 1496, en la margen oriental del río Ozama y reinstalada a la margen occidental del mismo río por Nicolás de Ovando, en 1502. Estuvo limitada por una muralla de la que hoy solo se encuentran algunas de sus partes. Creció desde entonces hasta ocupar una superficie de 1,297.60 kilómetros cuadrados. Hasta el año 2000 fue una sola provincia, capital de la República Dominicana, con sus límites establecidos al norte con la provincia Monte Plata, al este con la provincia San Pedro de Macorís, al sur con el Mar Caribe y al oeste, con la provincia San Cristóbal. Fue dividida mediante la ley 16 de octubre de 2001, en la cual se establecieron los nuevos límites del Distrito Nacional en donde se encuentra la Zona Colonial, que ocupa un kilómetro cuadrado, bordeada el río Ozama y por las tres provincias que conforman el Gran Santo Domingo.

**DEMOGRAFÍA DEL SECTOR:** La población dominicana es de 10 millones 169 mil 172 personas, según la Oficina Nacional de Estadísticas. Está distribuida en 31 provincias y un Distrito Nacional. Es el espacio geográfico con mayor desarrollo económico en la Antillas Mayores; la ciudad de Santo Domingo de Guzmán tiene una población de 4,259,790 (ONE, 2017) habitantes, distribuidos en el Distrito Nacional, donde se encuentra la CC-SD y otros barrios aledaños (Santa Bárbara, San Carlos, San Miguel, Ciudad Nueva, Gazcue, entre otros), considerados como espacios, históricos, artísticos y lúdicos de la capital. Según información del CCCC-SD (2016).

**PSICOGRAFÍA GENERAL DE LA POBLACIÓN:** Es difícil describir en pocas palabras cómo son o se comportan los dominicanos y dominicanas. Una manera de hacerlo “dominicanamente” la plantea el sociólogo Carlos Castro (2015) cuando dice que el dominicano-a se parece a la isla: “Demasiada belleza en tan poco espacio (...) Demasiado vivo para ser tan joven. Demasiado ambiguo para ser tan único (...)”. Esa es una forma de describirlo un tanto poética, pero un estudio realizado por la Academia Dominicana de la Historia, el *National Geographic Society* y la Universidad de Pennsylvania, (2005), con la colaboración de la Universidad Iberoamericana (2016) han determinado, que la población dominicana posee un 39% de ADN de ancestros europeos, un 49% africano y un 4% precolombinos, es decir taínos. Lo que confirma que los dominicanos son una “mezcla multi racial”. Así pues, la CC-SD está poblada en su mayoría por personas mestizadas, pero también se puede encontrar dentro de sus casi ocho mil habitantes, personas de origen americano, europeo y asiático.

#### SEGUNDA PARTE: LOS ESPACIOS DE OCIO EN LA CIUDAD PRIMADA DE AMÉRICA

En esta sección se expusieron tres estudios realizados en los últimos cinco (5) años, en los que se reportan datos que destacan el desarrollo de la Ciudad Colonial Santo Domingo (CC-SD).

**I.- CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA EN LA CIUDAD COLONIAL (CPV-CC):** Realizado del 21 de mayo al 6 de junio de 2015, donde se consultaron los sectores residencial y empresarial. Según las instituciones auspiciantes, el Censo de Población y Vivienda en la Ciudad Colonial (CPV-CC) se ejecutó con el objetivo de conocer su densidad poblacional y sus particularidades demográficas y socioeconómicas, para crear el registro estadístico que ha ayudado a desarrollar los proyectos comunitarios en el CC-SD. Fueron censadas 3,788 viviendas particulares, pensiones, casas de huéspedes y hoteles, identificando una población total de 7,750 personas. Estos datos e informaciones constituyeron una buena orientación para hacer el estudio de campo de esta tesis, el cual se desarrolla en el capítulo IV.

**II.- ENCUESTA TURÍSTICA EN PUERTOS AÉROS Y MARÍTIMOS (ETPAM):** Esta consulta se ha hecho durante seis (6) años, para indagar las motivaciones de quienes nos visitan desde el extranjero. Los datos revelan las razones y las causas por lo que se escoge la ciudad para realizar momentos de ocio turístico, cultural, o para realizar convenciones y eventos de trabajo. Para este capítulo de la tesis los datos recogidos

durante el período del 2010 al 2016, los cuales revelaron las razones del crecimiento y la demanda del ocio turístico en la CC-SD.

**III.- INFORME DEL OBSERVATORIO TURÍSTICO DE LA CIUDAD COLONIAL (OTCC):** Este informe abarca el período comprendido desde el 2012 al 2016 y el primer cuatrimestre del 2017. Los datos presentan un desarrollo en la cantidad de empleos, el aumento de turistas en la zona y una mejora por parte de quienes habitan la CC-SD, la cual ha ido incrementándose desde el 2013, momento en el cual se iniciaron los trabajos del PFTCC-SD. Villalona (2016). (Ver Gráficos No 3.9).

Los tres informes ofrecieron datos confiables que demuestran que la Ciudad Colonial está en el mejor momento, para seguir ofreciendo desarrollo y crecimiento humano, como evidencian los datos, y lo confirman los reportes oficiales de instituciones vinculadas al sector, que coinciden en afirmar que la inversión en la CC-SD contribuyó al crecimiento de la economía en un 5.3% en el 2017, según lo refiere el Banco Central de la Rep. Dom.

#### TERCERA PARTE: MÉTODO PARA ESTUDIAR LA ZONA ESCOGIDA DESDE EL OCIO Y EL MECENAZGO

**DISEÑO DE LOS INSTRUMENTOS:** A continuación, se describen los cuatro instrumentos con los que se levantaron las informaciones primarias y secundarias, cuyos datos permitieron confirmar las informaciones que han publicado los organismos, las oficinas y los responsables del Programa de Fomento al Turismo a la Ciudad Colonial (PFTCC), así como también lo que piensan los comunitarios de la CC-SD.

- ❖ El primero fue una guía de observación estructurada, para levantar informaciones en portales web, los cuales están relacionados con los lugares que ofrecen servicios que coadyuvan con las diferentes ofertas de ocio en la CC-SD. Los datos obtenidos procedieron de informaciones de los usuarios, al emitir sus opiniones sobre los lugares turísticos y los espacios en que se practica algún tipo de ocio.
- ❖ El segundo consistió en una guía de entrevista focalizada, aplicada a profesores universitarios, en la Facultad de Artes de la Universidad Autónoma de Santo Domingo (UASD) en un evento titulado: “Ocio, Visión y Conceptualización desde las Distintas Disciplinas Universitarias”.

- ❖ El tercer instrumento fue una entrevista semiestructurada, aplicada a las personas que dirigen doce (12) centros culturales que trabajan en y desde la Zona Colonial. La entrevista permitió levantar informaciones primarias que dieron a conocer los niveles de apoyo que ofrecen instituciones a grupos sociales que difunden la cultura en la CC-SD.
- ❖ Como cuarto instrumento se utilizó una encuesta estructurada, aplicada a ciento cincuenta (150) personas que viven o trabajan en la Zona, para saber su opinión sobre el patrocinio cultural (mecenazgo) y apoyo comercial (*endorsement*), así como identificar los lugares y las actividades de ocio que practican. Los datos recogidos representan el 2% de los 7,750 habitantes de la CC-SD.

**PROCEDIMIENTO Y APLICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS:** En este capítulo solo se informó de las estructuras y calidades de las guías de observación, de las entrevistas, las encuestas y cómo se aplicaron. La exposición en detalle de estos instrumentos de recolección de datos e información se presentan en el cuarto capítulo, donde se muestra la relación del patrocinio a través del mecenazgo, el ocio realizado a través de ofertas de turismo y las políticas públicas.

### IDEAS PRINCIPALES VINCULADAS CON LOS OBJETIVOS II, III Y IV

En República Dominicana se realizó la Encuesta Nacional de Consumo Cultural en el 2014, (ENCC) en la se obtuvieron datos que demuestran la rentabilidad de la cultura del ocio. Las informaciones procedentes de esta consulta mostraron las áreas en las que se necesita un mayor apoyo económico para el desarrollo de la Industrias Culturales y Creativas. Lo que marcó un punto de partida para identificar los niveles de patrocinio en el país.

En este tercer capítulo se reconocieron hechos que evidencian el interés del Estado en apoyar el crecimiento y cuidado de la cultura del ocio, estos tres (3) momentos son:

- I.- La promulgación y ejecución de La Ley de Cine No. 108-10 de fecha 29 de julio de 2010, sobre Fomento a la Actividad Cinematográfica en la República Dominicana.
- II.- La aprobación del Fondo de Estímulo a la Creación Cultural y Artística (FECCA).
- III.- El sometimiento del Proyecto de Ley para establecer el Régimen de Incentivo para el Fomento y Patrocinio Cultural (ley de Mecenazgo).

En las últimas dos décadas el país ha dado pasos en materia de reforma cultural. Pues, leyes necesarias para el sector han sido aprobadas a partir del reconocimiento de los derechos culturales expresados en el artículo 64 de la Constitución de la República, promulgada el 10 de enero de 2010. Las observaciones hechas al final de este resumen son indicadores de que el Estado está haciendo llegar la cultura del ocio a los dominicanos, pero que aún falta:

- 1.- Invertir más y mejor en la dirección que indican los estudiosos del área de la cultura, específicamente los relacionados con la CC-SD.
- 2.- Acelerar el rescate del patrimonio cultural y artístico de la Nación.
- 3.- Aprobar los préstamos destinados al rescate de los barrios de la CC-SD.
- 4.- Escuchar reclamos de las juntas de vecinos de la Ciudad Colonial, el Clúster Turístico de Santo Domingo y los centros culturales de la zona.

Los puntos resaltados anteriormente indican que se logró el objetivo: II.- Conocer las funciones del mecenazgo en el desarrollo local a través de proyectos de ocio. Con la cobertura de éste, se completó la primera parte de esta tesis (el marco teórico) y se inició el marco empírico en el Capítulo III, el cual se completa con el Capítulo IV.



**CAPÍTULO IV**  
**RECOLECCIÓN DE DATOS**  
**E INFORMACIONES PRIMARIAS**  
**OBTENIDAS EN EL CAMPO**  
**OBJETO DE ESTUDIO**



**VISTA AÉREA DE LA CIUDAD COLONIAL DE SANTO DOMINGO DE GUZMÁN, (resaltada en líneas y color claro)**  
Se aprecia en primer plano la avenida George Washington, conocida como El Malecón,  
Un espacio en donde se celebran fiestas patrias, desfiles de carnaval y actividades bailables,  
A la derecha se aprecia la Playa Montesinos, el Puerto de Santo Domingo y el río Ozama.

**FOTOGRAFÍA NO. 4.0.** (Fuente: Google Map)

## ❖ PREÁMBULO

En este apartado de la investigación abrimos un espacio para presentar y discutir los datos e informaciones ofrecidas por la población afectada en la Zona Colonial. En los capítulos anteriores se profundizaron aspectos puntuales relacionados con el objeto de estudio. En el primer capítulo se expusieron las teorías generales sobre el desarrollo del ocio, sus beneficios y la importancia de su difusión. En el segundo capítulo se definieron los conceptos relacionados con el mecenazgo, el patrocinio, la cultura y otros temas. Se aclaró la importancia del uso y difusión de estos conceptos, cuya implementación se torna en beneficios para el individuo y su colectividad. En el tercer capítulo se abrió un marco reflexivo sobre el objeto de estudio en donde se estudiaron las zonas representativas de la Ciudad Colonial de Santo Domingo de Guzmán (CC-SD). Y se propusieron los diseños de los cuatro (4) instrumentos de recolección que permitieron el acercamiento hacia las personas y a los dirigentes de los Centros Culturales que trabajan por y para la CC-SD.



FUERTE: *Elaboración propia*

Con este cuarto capítulo investigamos los lugares más deprimidos en la zona y se comprobaron datos del Programa de Fomento al Turismo (PFTCC-SD) publicados hasta el primer semestre del 2017. También evaluamos lo que piensa la población y sienten los usuarios de la CC-SD ante la intervención de la ciudad con el PFTCC-SD. En este capítulo exponemos los datos e informaciones obtenidos en el estudio de campo, con el mismo se cierra la segunda parte de la tesis.

#### 4.1.- OBSERVACIÓN PREVIA AL ESTUDIO DE CAMPO

Para tener un punto de referencia de los espacios de interés para las personas visitantes nacionales e internacionales (turistas que buscan satisfacer sus momentos de ocio), se hizo un sondeo en los portales de internet que se seleccionaron en el capítulo anterior, en el cual se encontró leves discrepancias en el listado de lugares, espacios y edificaciones de interés; lo cual no mostró ningún impedimento para obtener las informaciones y datos para este estudio. De todas maneras, lo presentamos como un hallazgo al margen en las Listas No. 4.1 y 4.2.

I.- INSTITUCIONES VINCULADAS A LAS INDUSTRIAS CULTURALES	ZONAS DE INTERÉS
	<b>Clúster Turístico de Santo Domingo (CTSD)</b> en sus materiales promocionales presenta noventa. <b>90</b>
	<b>La Fundación Global y Desarrollo (FUNGLODE)</b> a través del portal ( <a href="http://www.dominicanaonline.org">www.dominicanaonline.org</a> ) <b>91</b>
	<b>Observatorio Turístico de la Ciudad Colonial, (OTCC-SD)</b> <b>PFTCC-SD, Ministerio de Turismo, República Dominicana.</b> <b>93</b>

LISTA NO. 4.1. INSTITUCIONES QUE IDENTIFICAN LUGARES DE INTERÉS TURÍSTICO EN LA CC-SD. CTSD, FUNGLODE y OTCC-SD, son instituciones que presentan leves diferencias de uno y tres lugares. Así que nos quedamos con la lista que presenta el OTCC-SD a la que incluimos otros espacios de alojamiento, expendedores de alimento, bebidas, lugares de diversión y recreación. Comprobamos que las entidades relacionadas con el turismo y con el desarrollo de los servicios de ocio en la CC-SD, trabajan con un listado de lugares según sus intereses. En la próxima Lista No. 2 se presentan las principales instituciones que promueven los diferentes sitios de la ciudad según sus conveniencias.

II.- INSTITUCIONES COLABORADORAS DEL OBSERVATORIO TURÍSTICO DE SANTO DOMINGO
1. <a href="#">Ministerio de Turismo de República Dominicana</a>
2. <a href="#">Ministerio de Cultura de República Dominicana</a>
3. <a href="#">Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales</a>
4. <a href="#">Oficina Nacional de Estadísticas de República Dominicana - ONE</a>
5. <a href="#">Banco Central de República Dominicana</a>
6. <a href="#">Ayuntamiento del Distrito Nacional - ADN</a>
7. <a href="#">ASONAHORES (Asociación de Hoteles y Restaurantes)</a>
8. <a href="#">Clúster Turístico de Santo Domingo</a>
9. <a href="#">Asociación de Hoteles de Santo Domingo</a>
10. <a href="#">Asociación Pequeños Hoteles de Santo Domingo</a>
11. <a href="#">Asociación de Tours operadores Receptivos - OPETUR</a>
12. <a href="#">Dirección General de Aduanas</a>
13. <a href="#">Asociación Portuaria Dominicana - APORDOM</a>
14. <a href="#">POLITUR (institución de seguridad en la CC)</a>
15. <a href="#">Instituto de Derecho Ambiental de República Dominicana - IDARD</a>

LISTA NO. 4.2. INSTITUCIONES QUE PUBLICAN LISTADOS DE LOS LUGARES DE INTERÉS EN LA CC-SD Las señaladas en negritas (1, 2 y del 4 al 8), son instituciones que escogimos para levantar informaciones de sus portales web, los demás datos fueron tomados del OTCC-SD.

## ANÁLISIS DESCRIPTIVO / ANÁLISIS INTERPRETATIVO

## 4.2.- INFORMACIONES ENCONTRADAS A TRAVÉS DE LA WEB

Siguiendo el diseño de los instrumentos explicados en el capítulo anterior, reafirmamos que la guía de observación facilitó la búsqueda en internet, en donde se encontraron los principales espacios de alojamiento y lugares para comer, tomar, comprar y pasear en la CC-SD. Conforme esos indicadores, se hizo el sondeo en los portales de internet (*TripAdvisor, Facebook, Foursquare y Googles Comments*) en los que los usuarios de las CC-SD ofrecen sus opiniones de maneras libre y sin coerción. Siguiendo las opiniones online se realizamos seis (6) tablas, que contienen informaciones de los lugares donde se ofertan servicios de ocio, espacios para el descanso y los lugares donde se promociona la cultura. También se identificaron las instituciones y los espacios que han sido instalados en el casco histórico dentro del período 2013-2018, las cuales presentamos a continuación.

## I.- PRINCIPALES ESPACIOS DE ALOJAMIENTO CERCANO A LA CC-SD

TABLA NO. 4.1			
12 MEJORES HOTELES EN LA CIUDAD COLONIAL DE SANTO DOMINGO			
LUGAR	IDENTIFICACIÓN	OPINIONES FAVORABLES	
1	Hodelpa Nicolás de Ovando	850	4.3 / 5* (76)
2	Boutique Hotel Palacio	714	4.3 / 5* (457)
3	Mercure Comercial Santo Domingo	446	3.6 / 5* (06)
4	InterContinental Real Santo Domingo	378	4.7 / 5* (653)
5	Hodelpa Caribe Colonia	357	3.9 / 5* (457)
6	El Beatario Casa Museo	283	4.6 / 5* (52)
7	Antiguo Hotel Europa	268	4.6 / 5* (217)
8	Casa Sánchez Boutique Hotel	262	4.0 / 5* (48)
9	Billini Hotel	247	4.3 / 5* (143)
10	Hotel Villa Colonial	238	4.7 / 5 (42)
11	Hotel Conde de Peñalba	176	4.1 / 5* (154)
12	Hotel Doña Elvira	156	3.8 / 5* (60)
FUENTE:		TripAdvisor, 2018	*Star (Comments / Google)
COMENTARIOS / ANÁLISIS DESCRIPTIVO			
<p><b>Alojamiento cercano a la Ciudad Colonial (0.1 km a 0.8 km) ubicado dentro de la “muralla”</b>            Este listado fue realizado con los datos obtenidos de los comentarios de los usuarios actualizado en 5/02/2018. Otros Hoteles, con mejor atención al cliente y con calificación de cinco estrellas, se encuentra fuera de la muralla de la Ciudad Colonial (CC-SD) a solo unos kilómetros de distancia y de rápido acceso a la zona a pie o en vehículo. Así pues, en un <i>ranking</i> con otros indicadores de calidad, el listado sería diferente a este. Otras fuentes de información amplían o mejoran esta lista.</p> <p>Los Hoteles de 4 y 3 estrellas, Hostales, Pensiones o Casas de Huéspedes, pero con calificación menor, se pueden encontrar ubicados dentro de la CC-SD. Como por ejemplo: Hostal Class Colonial, Hostal Tierra Plana, Hostal La Colonia, Hostal Condo-Parque, Hostal Dominic Mundial, Aparta Hotel Tiempo, Pensión Ginette, Casa de Huéspedes Las Mercedes, Casa Conde Hotel Boutique, Casa Sánchez Boutique, Hotel Conde de Penalba, Suite Colonial, Ocean Breeze, Island Life Backpackers' Hostel, Esmeralda Guest House, La Choza Guesthouse entre otros de recientes inauguraron que no tiene los apropiados reportes de usuarios en las fuentes consultadas.</p>			

## II.- ESPACIOS PARA COMER, TOMAR Y COMPARTIR EN LA CC-SD

TABLA NO. 4.2			
18 MEJORES BARES DE LA ZONA COLONIAL DE SANTO DOMINGO			
LUGAR	IDENTIFICACIÓN	LUGAR	IDENTIFICACIÓN
1	Sabina Bar	10	Casa de Teatro/Bar
2	La Alpargatería	11	Nao Bar
3	Caciba Bar	12	El Sartén
4	Jalao	13	Moustache Bar & Lounge
5	Parada 77	14	Luicia 203
6	La Espiral	15	Beer Market
7	Lulú Tasting Bar	16	Quintana Bar
8	Bio Bar	17	Pal Bar
9	Onno's Bar	18	Somewhere

Todos dentro de las murallas de la Ciudad Colonial FUENTE: TripAdvisor, 2017 Facebook, Foursquare

**COMENTARIOS / ANÁLISIS DESCRIPTIVO**

Al concluir esta investigación en este 2018, se encontró que algunos de los bares que vimos en 2017 han cerrado y otros han ganado notoriedad. El listado sigue siendo de 18 bares más populares de las CC-SD. En la observación se encontraron otros con más tiempo de haber sido establecido en la ciudad, y los que se encuentran en los Centros Culturales, restaurantes y hoteles. Dado que los tipos de bares son variados (Bar-restaurantes, Bar y tapas, Bar-Discoteca, Bar y Sala de presentación, etc.) y los intereses son muy comerciales, las valoraciones por comentarios son muy volubles, dado que la novedad y los estilos hacen que haya varios listados de los mejores bares por rangos y variedad. Lo que nos hizo hacer un listado a partir de tres fuentes de informaciones más activas en Web.

*Nota. No se identificaron discotecas o espacios donde se hacen fiestas para bailar, pues estas se hacen regularmente en las plazas al aire libre y programadas. Si el visitante requiere practicar esta vertiente de la dimensión del ocio lúdico, puede hacerlo solo en algunos bares en donde hay pequeñas pistas de baile, en discotecas y en escenario de presentación artísticas que tienen algunos restaurantes-bar, tanto dentro como fuera de la Ciudad Colonial.*

TABLA NO. 4.3		
10 RESTAURANTES EN LA ZONA COLONIAL DE SANTO DOMINGO		
LUGAR	IDENTIFICACIÓN	OPINIONES FAVORABLES
1	Pat'e Palo European Brasserie	1,649
2	Pura Tasca	446
3	Jalao'SD	353
4	Meson d' Bari	350
5	Lulú Tasting Bar	324
6	Ristorante Angelo	259
7	Buche Perico	226
8	Segazona	215
9	D'Luis Parillada	204
10	El Rey del Falafel	148

Todos dentro de las murallas de la ciudad colonial FUENTE: TripAdvisor, España, junio 2017

**COMENTARIOS / ANÁLISIS DESCRIPTIVO**

Más del 50 % de estos restaurantes también funcional como bar, pero en nuestra observación hemos hecho una clasificación de los mejores bares, atendiendo a los indicadores de satisfacción por opinión dejada en sus portales Web. Los restaurantes presentados aquí son los que están dentro de la CC-SD.

NOTA: Datos corroborados con la ASONAHORES (Asociación Nacional de Hoteles y Restaurantes) Dirección: Av. Tiradentes, Santo Domingo, Teléfono: (809) 368-4676. Sitio web Indicaciones, <http://www.asonahores.com/> <http://www.asonahores.com/media/70045/dir%20hoteles%202014.pdf>

TABLA NO. 4.4		
MUSEOS MÁS VISITADOS EN LA ZONA COLONIAL DE SANTO DOMINGO		
LUGAR	IDENTIFICACIÓN	OPINIONES FAVORABLES
1	Faro a Colón	486
2	Museo de las Casas Reales*	306
3	Choco Museo Santo Domingo	255
4	Museo Mundo de Ambar	111
5	Museo de la Familia	69
	Museo Infantil Trampolín *	69
6	Museo de Larimar / Taller	61
7	Museo Memorial de la Resistencia*	49
8	Museo de la Porcelana	10
9	Museo Fernando Pena Defilló	7
10	Museo Casa Duarte	3
11	Museo de Ámbar	1
	Museo de Jamón	1
	Museo de Ron y la Caña	1
Los más visitados de 25 museos FUENTE: TripAdvisor, España, junio 2017 Y MINISTERIO DE CULTURA RD		
COMENTARIOS / ANÁLISIS DESCRIPTIVO		
<p>Después del décimo lugar incluimos tres (3) museos en el décimo primero con los porcentajes de mención más baja, por presentar un motivo temático de interés para muchos visitantes de la CC-SD. *De este listado de los diez (10) más, otras fuentes refieren los siguientes cinco (5) museos que se deben visitar si estas en la Ciudad Colonial.</p> <p>1.- <b>Museo Memorial de la Resistencia:</b> Es un museo en honor a todos los hombres y mujeres que lucharon de una u otra forma contra el régimen dictatorial de R. L. Trujillo Molina y durante el régimen de Joaquín Balaguer.</p> <p>2.- <b>Museo de las Casas Reales:</b> El propósito de su creación fue coleccionar y mostrar la forma de vida y costumbre que caracterizaron la isla Hispaniola durante el periodo colonial.</p> <p>3.- <b>Museo Trampolín:</b> Para los niños también hay opciones. Trampolín es un proyecto educativo y cultural que busca que nuestros niños adquieran conocimientos, se identifiquen con la cultura dominicana, y lograr así rescatar su identidad y valores patrios.</p> <p>4.- <b>Museo de las Telecomunicaciones:</b> Es un espacio donde se conoce la evolución de las telecomunicaciones en el país, desde la prehistoria hasta la actualidad. Es considerado como uno de los museos más modernos del país. Cuenta con cuatro salas a través de las cuales se puede apreciar la evolución y el desarrollo que han tenido las telecomunicaciones, en forma interactiva y entretenida.</p> <p>5.- <b>Museo de la Catedral:</b> Está ubicado en la calle Isabela La Católica, justo al lado del antiguo Palacio de Borguella en el edificio de la Real Cárcel. Fue inaugurado con motivo de los 500 años de la Catedral, un espacio donde exhiben pinturas, candelabros, crucifijos y otros objetos relativos a la historia de la Catedral Primada de América. Igualmente, otros espacios son dignos de visitar, como el Panteón Nacional, la Puerta del Conde, y otras partes de la Muralla Colonial, de esta se puede apreciar en algunos lugares de la CC-SD, como en los puntos donde funcionaron los fuertes de armas y entradas de la ciudad. Otras fuentes de información amplían esta lista de los museos y espacios históricos de Santo Domingo,</p> <p>NOTA: <b>Museo Fernando Peña Defilló</b>, inaugurado en 2015, es el segundo museo en la zona dedicado a un solo artista, pero también para dar oportunidades a otros para que difundan sus trabajos artísticos. Con igual función se abrió en 2009 la Fundación Taller Público Silvano Lora. Otras como la Galería <b>Casa Quién</b>, <b>Carlos Sangiovanni</b>, y talleres experimentales como los de <b>Silvano Lora</b>, <b>la Fundación del pintor Mayí</b> se abren al público para ofrecer el disfrute del ocio en la dimensión lúdica y la creativa en la vertiente de que conecta al público con la creación y el disfrute del ocio estético.</p>		

TABLA NO. 4.5 <b>ESPACIOS SAGRADOS EN LA ZONA COLONIAL DE SANTO DOMINGO</b>		
LUGAR	IDENTIFICACIÓN	OPINIONES FAVORABLES
1	Catedral Primada de América	2.364
2	Panteón Nacional	536
3	Altar de la Patria / Parque Independencia	127
4	Iglesia del Convento Dominicó	51
5	Iglesia Santa Bárbara	39
6	Iglesia Las Mercedes	29
7	Iglesia de San Miguel	25
8	Capilla de Nuestra Señora de los Remedios	22
9	Iglesia Nuestra Señora del Carmen	4
10	Iglesia Nuestra Señora de la Altagracia	3
11	Centro Israelita de República Dominicana	2
12	Capilla de Rosario	1
	Iglesia Hospital San Lázaro	1
	Iglesia San Carlos	1
	Iglesia y Convento de Sto. Dgo. Regina Angelorum	1
Los más visitados de 76 lugares religiosos y sagrados. FUENTE: TripAdvisor, España, junio 2017		
COMENTARIOS / ANÁLISIS DESCRIPTIVO		
<p>Como se aprecia, el primer lugar es para la Catedral Santa María la Menor, el segundo es para el Panteón Nacional, donde descansan los restos de próceres de la patria. Fue instalado en la antigua iglesia de la orden de los jesuitas, el tercer lugar es para el Altar de la Patria colocado en el parque Independencia. El cuarto lugar para a Iglesia del Convento de los Dominicos, donde funcionó la antigua Universidad de Santo Tomas de Aquino, hoy Universidad Autónoma de Santo Domingo y el quinto es ocupado por la Iglesia Santa Barbara.</p>		

### III.- LUGARES PARA VISITAR, PASEAR Y COMPRAR EN LA CC-SD

**¿Cuáles son los destinos más importantes de la Zona Colonial de la Ciudad primada de América?** La respuesta suele ser variada, dependiendo a quién se le formule, pues la historia que encierra cada metro de construcción en los espacios, calles y callejones convierten el casco histórico de Santo Domingo en una de las zonas más ricas del Caribe Antillano. Su patrimonio atesorado desde hace más de quinientos años presenta una exquisita mezcla realizada con mucho arte, cargado de anécdotas e historias en cada uno de sus rincones, en donde los visitantes pueden satisfacer su curiosidad. La variedad de sitios, la oferta gastronómica, los bares, los centros de diversión, los museos, las galerías de artes, las tienda de regalos, las actividades dedicadas a los más pequeños de la casa, como el Museo Trampolín o los paseos en el Chuchu Tren, las visitas en bicicletas por las calles, las rutas por los monumentos, los parques, los centros culturales, los espacios abiertos al arte y los artistas, hacen de la emblemática Zona Colonial, un lugar de gran atractivo para dominicanos y extranjeros de todas las edades (ver Tabla No.4.6).

TABLA NO. 4.6 <b>LUGARES DE ENTRETENIMIENTO, ESPARCIMIENTO Y RUTAS CULTURALES EN LA CC-SD</b>	
<b>AUDITORIOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>AUDITORIO CRISTÓBAL DE LLERENA. Fundado el 30 de julio del 1974.</b> Sala de teatro funciona en Casa de Teatro con capacidad para 225 espectadores.</li> <li>• <b>AUDITORIO DEL CENTRO DE LA TELECOMUNICACIONES. Fundado el 18 de junio del 2011.</b> Sala de conferencia con capacidad para 144 personas y sala de exposición pictórica.</li> <li>• <b>AUDITORIO DEL CENTRO CULTURAL BANRESERVAS. Fundado el 31 de enero del 2011,</b> con aforo para 80 personas, un pequeño museo de antigüedades y una sala para exposición.</li> </ul>	
<b>TEATRO Y CINE</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>TEATRO GULOYA</b> Fundado en septiembre de 1991, con capacidad de aforo para 90 personas.</li> <li>• <b>TEATRO LAS MÁSCARAS</b> Fundado el 8 de agosto 2000. Sala con capacidad para 45 personas.</li> <li>• <b>THE COLONIAL GATE 4D CINEMA</b> Fundado en 2013. capacidad de 40 personas; único cine en la Zona Colonial.</li> </ul>	
<b>SALAS DE EXPOSICIONES PICTORICAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abad Galery</li> <li>• Casa Quién Galería de Artes</li> <li>• Galería de Arte Cándido Bidó</li> <li>• De Soto Galería de Artes</li> <li>• Galería de Arte Shanell</li> <li>• Galería de Arte Alfau</li> <li>• Galería de Arte Ajoupa</li> <li>• Galería de Arte Nader</li> <li>• Galería de Berri</li> <li>• Galería Bolos - Arte y Artesanía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Juan Mayi Fundación, Galería / Taller</li> <li>• Mamey Librería, Café y Galería de Arte</li> <li>• Sangiovanni Art Gallery &amp; Studio</li> <li>• The Alisha Souvenir Store</li> <li>• CCESD, dos salas de exposición en el 1er. piso, y 2do piso una más y el centro de documentación</li> <li>• CBR, tres espacios medianos para muestra pictóricas</li> <li>• Casa de Teatro, dos espacios para exposiciones</li> <li>• Casa de Francia, tiene dos espacios que funcionan como sala de exposiciones</li> </ul>
<b>RUTAS TURÍSTICAS Y EVENTOS CULTURALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ZONA BICI, La COROLETA recorrido en bicicleta para conocer la ciudad intramuros</li> <li>• TRIKE, Triciclo electrónico para recorrer la ciudad bajo un guía turístico.</li> <li>• CHU CHÚ / TREN, vehículo para hacer recorrido por las principales calles de la CC</li> <li>• BONGE, espacio que abre la ruinas de CC-SD para bailar, bachata, merengue y son</li> <li>• NOCHE DE JAZZ, Evento musical que se hace semanal en la escalinata hacia la Ave. Presidente Camaño (Ave. del Puerto).</li> <li>• NOCHE MÁS LARGA DE LOS MUSEOS, recorridos programados durante el año en el cual todos los museos de la CC-SD están abiertos durante toda la noche.</li> </ul>	
<b>DÓNDE COMPRAR RECUERDOS Y REGALOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercado Modelo, (<i>Mercadillo, recuerdos dominicanos</i>) ubicado en la Ave. Mella</li> <li>• Casa de los Duces y recuerdos dominicanos. Calle Arzobispo Meriño</li> <li>• Tiendas de regalos (<i>Grift Shop</i>), ubicado en todas las calles de la CC.</li> </ul>	
<b>COMENTARIOS / ANÁLISIS DESCRIPTIVO</b>	
<p>Lo mencionado aquí, es sólo una muestra en la que se incluyen los más importantes lugares para hacer actividades culturales en la CC-SD. Existen otros auditorios, como el Teatro la Cuarta, el cual entró en receso al momento de ser intervenida la CC-SD. Se mantiene abiertas galerías de artes, rutas turísticas, tienda de ropas, heladerías, dulcerías, colmados y kioscos donde comprar. La intención no es hacer un inventario, sino más bien un esbozo de la variedad de espacio que tiene la ciudad para satisfacer las necesidades de ocio, de los visitantes y de las personas que viven en la zona.</p> <p>FUENTE: TripAdvisor, España, junio 2017, INFO, Google, 2017 y Reportes de oficinas Estatales.</p>	

#### 4.2.1.- Informaciones obtenidas mediante la guía de observación

Como se pudo apreciar en las Tablas Nos. 4.1 a la 4.6, la Ciudad Colonial de Santo Domingo de Guzmán tiene una rica herencia que es de todos los dominicanos y es considerada Patrimonio de la Humanidad (UNESCO, 1990). De esta herencia se estudió una muestra que confirma la existencia de este tesoro cultural, poseedor de historia cargadas de anécdotas y mitos urbanos. De la cantidad y variedad de los espacios geográficos observados en la web, se extrajo una muestra significativa de la CC-SD, que es presentada en el siguiente Conjunto Fotográfico No. 4.1, en el cual se aprecia de manera general los espacios de alojamientos, los lugares para comer, tomar y compartir; así como la arquitectura de la Zona, los espacios de diversión y distracción.



CONJUNTO FOTGRÁFICO NO. 4.1. IMÁGENES QUE MUESTRAN LUGARES ICONICOS DE LA CIUDAD PRIMADA DE AMÉRICA: En la primera línea se presenta una muestra aérea de las edificaciones en la Zona Colonial. En la segunda línea de fotos se puede apreciar de derecha a izquierda: El Convento de los Dominicos, construido en 1535, antigua sede de la primera Universidad de América; la Capilla Nuestra Señora de los Remedios, una vista del lateral norte de la “Catedral Metropolitana y Primada de Indias” construida en 1523; la Puerta del Conde, en donde se escenificaron los primeros actos independentistas de la República, en 1844, y el Monumento “Independencia Financiera”, construido en 1947, que aunque no es colonial es representativo de la ciudad y fue erigido en conmemoración del pago de la deuda externa con los Estados Unidos, para finiquitar la convención de 1907 que mantenía las aduanas dominicanas bajo dependencia de esa Nación. En la tercera línea se presentan fotos donde se aprecia una muestra de los altos y modernos edificios que ya abundan en la ciudad, una vista del malecón más largo del Caribe, y buques en el puerto de Sans Souci, por donde llegan turistas y cargas a la ciudad de Santo Domingo.

### 4.3.- INFORMACIONES OBTENIDAS MEDIANTE UN GRUPO FOCAL

Los datos e informaciones que se reportan a continuación son el resultado de un estudio focal, realizado en el primer cuatrimestre del 2016 en la Universidad Autónoma de Santo Domingo (UASD), para la cual se convocó a todos los investigadores de esa institución de estudios superiores para discutir sobre la socialización del ocio y sus beneficios. La motivación de la apertura de esta mesa de discusión se debió a que, en este contexto, donde se supone que los docentes de esta alta casa de estudios deben estar bien informados, no se comprenden los niveles de impacto económico, social y cultural del ocio, y mucho menos, cómo influyen en la población de República Dominicana, donde el concepto se entiende de manera negativa. (Ver explicación capítulos I y II de esta tesis).

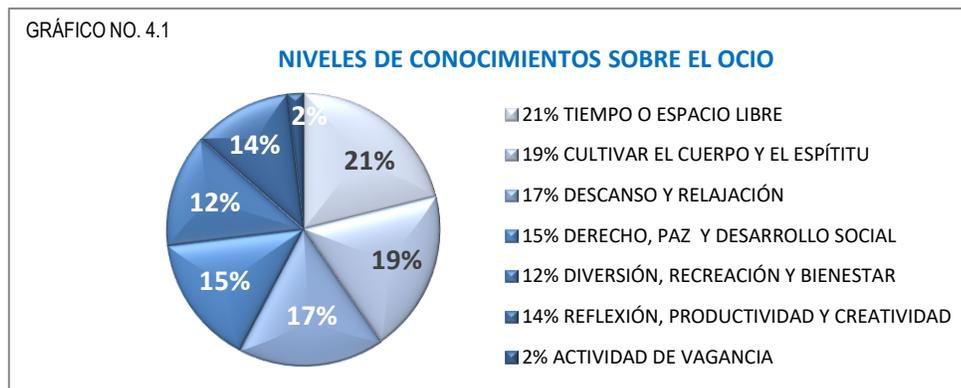
La investigación aportó la información positiva de que estas personas tienen ciertas nociones sobre la definición y beneficios del ocio, pero que no incluyen el concepto en su diario vivir, por temor a ser etiquetados y relacionados con la ociosidad y la vagancia, una idea negativa bastante difundida en el Caribe y Latinoamérica, infundada por cuestiones culturales. Las opiniones sobre el ocio emitido por los participantes fueron agrupadas en los siguientes puntos:

1. El ocio es descanso, es la práctica de la libertad a través de la voluntad. Cualquier actividad que la persona realiza por su deleite sin que en ello medie la obligación o cumplimiento de una tarea. Es completamente voluntario y debería favorecer el sentimiento de satisfacción, bienestar y placidez; debe ser parte de la experiencia humana integral.
2. Es una catapulta para crear, el tiempo utilizado en una actividad fuera del trabajo, no de la vida ordinaria para resolver problemas personales y familiares, sino el llamado a satisfacer nuestras necesidades emocionales, psíquicas, espirituales, aquellas actividades que nos proporcionan felicidad, estímulo de vivir y constituyen una recarga emocional para iniciar de nuevo el trabajo ordinario.
3. Es un derecho que tienen todos los seres humanos de disfrutar de un tiempo fuera de los espacios laborales, en el que puedan desarrollar actividades de distintas índoles, a través de las cuales puedan descansar, desarrollar su intelecto, o cultivar su espíritu de forma libre, sin ninguna condición dominante.

4. Es el derecho que tiene todo individuo a no hacer nada, a vagar y descansar. Es el momento para aislarse de todo tipo de actividad, especialmente de la laboral. Se entiende como propiciador de buenas relaciones sociales y laborales, dedicado a la recreación personal por medio de actividades artísticas y deportivas. El ocio no necesariamente indica inactividad.

Los planteamientos de los participantes coincidieron con las teorías de Dumazedier (1964), quien es uno de los principales teóricos de este fenómeno en la contemporaneidad, así como también lo que sostienen otros autores como Munné (1980), Russell (1932), Csikszentmihalyi (1997) quienes coinciden en que el ocio es el conjunto de operaciones a las que el individuo puede dedicarse voluntariamente, en pro de la búsqueda de bienestar, salud y felicidad, para sí mismo y para la colectividad en la cual se desempeña como persona influyente o como un simple consumidor.

Lo expresado anteriormente se puede apreciar en las respuestas que fueron clasificadas como se muestra en el Gráfico No. 4.1, el cual fue estructurado atendiendo a los adjetivos que referían las cualidades respecto al ocio, encontrados en las comunicaciones de los profesores participantes en la mesa de discusión. Ver Tablas Nos. 4.7 y 4.8.



En términos generales, los aportes de estos profesionales fueron importantes, ya que plantearon desde sus enfoques limitados sobre el tema, los principales aspectos del fenómeno y sus efectos. Lo que permitió identificar el nivel conocimiento que tienen los participantes sobre las diferencias entre ocio, tiempo libre, descanso y la recreación, para unificar criterios que facilitarían la promoción de una educación del ocio en suelo dominicano.

TABLA No. 4.7			
<b>CONSECUENCIAS POSITIVAS (+) DEL OCIO</b>			
<b>VARIABLES ESTABLECIDAS</b>	<b>INDICADORES ESCOGIDOS DE LAS RESPUESTAS DE LOS ENTREVISTADOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
<b>CONOCIMIENTO DEL TIEMPO LIBRE</b> 	<b>ADECUADA UTILIZACIÓN DEL TIEMPO DE OCIO</b> - Tiempo de actividades - Planificación de Ocio - Es tiempo no solamente para ti - Espacio de tiempo	<b>4</b>	<b>8</b>
<b>REFLEXIÓN, PRODUCTIVIDAD Y CREATIVIDAD</b> 	<b>ACTIVIDAD ADECUADA Y REGENERADORA</b> - Permite poner los pensamientos en perspectiva - Facilitar la interrelación entre los individuos - Actividades Formativas - Crecimiento Personal - Nuevas Experiencias - Conocimiento de nosotros mismos - Fortaleza y Energía - Disposición para retomar el trabajo - Buen planificación evita los aburrimientos - Tiempo no solo para ti, sino para ponerte en contacto con el otro	<b>10</b>	<b>20</b>
<b>DERECHO, PAZ Y DESARROLLO SOCIAL</b> 	<b>EN EL TRABAJO Y EN EL ENTORNO FAMILIAR</b> - Reorganizar el mundo que se vive y se percibe. - Bienestar, - Paz. - Crecimiento como persona social. - Incrementa la productividad. - Generar Ingresos, - Ser más felices. - Plenitud y libertad - Compartir más con la familia y con amigos e ir de viajes. - Mejora en la calidad y el disfrute de la vida - Desarrollo de nuestra vida cotidiana.	<b>11</b>	<b>23</b>
<b>RELAJACIÓN Y DESCANSO</b> 	<b>UNA PRÁCTICA CONSTANTE DE OCIO</b> - Descanso, - Entretenimiento y descanso - Descansar la mente, - Relajarnos - Un rehabilitador descansar - Devuelve las energías - Desahogo de tensiones psíquicas e intelectuales	<b>7</b>	<b>14</b>
<b>DIVERSIÓN, RECREACIÓN Y BIENESTAR</b> 	<b>PERSONA EN LAS RELACIONES INTERPERSONALES Y FAMILIARES.</b> - Resultan en gozo, - Recreativas. - Recrearse. - Sentido del humor, - Relajarse.	<b>5</b>	<b>10</b>
<b>CULTIVAR EL CUERPO Y EL ESPÍRITU</b> 	<b>UTILIZAR SU MENTE Y SU CUERPO EN UNA ACCIÓN POSITIVA</b> - Renovación del espíritu a través de la vivencia - Bienestar físico y - Emocional de las Personas - Cultivar un arte, - Deporte, y - Aprender un Idioma. - Actos voluntarios liberan la mente - Que genera placer estético - Crecimiento como individuo - Habilidades creativas - Ser más creativos - Catarsis emocional y mental	<b>12</b>	<b>25</b>
<b>COMENTARIO :</b>	<b>TOTAL</b>	<b>49</b>	<b>100%</b>
<p>Los profesores participantes en este estudio reportaron que, cultivar el cuerpo y el espíritu a través de practica individual o colectiva como el deporte, realizar una actividad con algún tipo de arte, o ayudar de manera desinteresada a los demás en actividades humanitarias son formas positivas de ver los resultados del ocio, así lo informaron el 25% de los participantes. Igualmente, coincidieron en un 23% al informar que las buenas prácticas de ocio contribuyen a la paz, al bienestar social, a la mejora de nuestra calidad de vida al compartir más con la familia y con amigos, también el ir de viajes y disfrutar de las “cosas buenas del mundo”. Esto es secundado en las variables reflexión, productividad y creatividad, en la que la coincidencia fue de 20%. Así como las de relajación y descanso que fue de 14%. Un 8% de los profesores dijo que se debe tener presente que el tiempo es importante para planificar sus momentos de Ocio, saber cómo manejar sus actividades individuales y las de las familias. De manera que la respuesta sobre la positividad de las prácticas del ocio fue percibida como alta. Algo que no habían destacado hasta el momento.</p>			

TABLA No. 4.8			
<b>CONSECUENCIAS NEGATIVAS (-) DEL OCIO</b>			
VARIABLES ESTABLECIDAS	INDICADORES ESCOGIDOS DE LAS RESPUESTAS DE LOS ENTREVISTADOS	CANTIDAD	%
<b>CONOCIMIENTO DEL TIEMPO LIBRE</b> <span style="color: yellow;">■</span>	<b>INADECUADA UTILIZACIÓN DEL TIEMPO DE OCIO</b> - Tiende ser relacionado con ociosidad - Persona que no Planifica su Tiempo de Ocio ... afecta... familia... <i>(ver indicadores en Variable: Diversión, Recreación y Bienestar)</i>  - Dedicar más Tiempo al Ocio que a otras - La no planificación de los espacios libres afecta a la salud	<b>4</b>	16
<b>REFLEXIÓN, PRODUCTIVIDAD Y CREATIVIDAD</b> <span style="color: blue;">■</span>	<b>DISTRACCIÓN EXCESIVA</b> - Provocar Sentimientos de Culpabilidad - Afectar el Rendimiento <i>(descenso en la productividad)</i> - En el Trabajo...cansancio hace perder la creatividad <i>(ver indicadores en Variable: Derecho, Paz y Desarrollo Social)</i>	<b>3</b>	12
<b>DERECHO, PAZ Y DESARROLLO SOCIAL</b> <span style="color: teal;">■</span>	<b>LAS PERSONAS, CON PROBLEMAS DE CANSANCIO Y ESTRÉS</b> - Tienen una reducción del rendimiento laborales, - Perdida de la motivación y la creatividad, - Procrastinarían <i>(relegar, dejar para después)</i> .	<b>3</b>	12
<b>RELAJACIÓN Y DESCANSO</b> <span style="color: cyan;">■</span>	<b>UNA PRÁCTICA CONSTANTE DE OCIO</b> - Se debe tener en cuenta que las actividades no se conviertan en un <i>(mal)</i> hábito y de ahí se pase a la vagancia <i>(por el hastío)</i>	<b>1</b>	4
<b>DIVERSIÓN, RECREACIÓN Y BIENESTAR</b> <span style="color: green;">■</span>	<b>PERSONA EN LAS RELACIONES INTERPERSONALES Y FAMILIARES.</b> - Son aburridas y se ven afectadas por: • Problemas emocionales que le aísla del grupo. - Dejar de hacer los ejercicios físicos lo que contribuyen aumentar: • El estrés, la ansiedad y la depresión generando la aparición de enfermedades como: • Trastornos cardiovasculares. • Obesidad • Osteoporosis y Arteriosclerosis	<b>6</b>	24
<b>CULTIVAR EL CUERPO Y EL ESPÍRITU</b> <span style="color: red;">■</span>	<b>NO UTILIZAR SU MENTE Y SU CUERPO EN UNA ACCIÓN POSITIVA</b> - Genera vicios que lo pueden llevar a las drogas, como el alcohol y otros - La depresión, - Frustración, - Inacción, - Falta de estímulo, - No le encuentran sentido a la vida, - Perdida de calidad de vida - Perdida de la salud, <i>(el hecho de no tener una buena planificación de los espacios libres ...)</i>	<b>8</b>	32
<b>COMENTARIO:</b>	<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>
<p>La administración inadecuada del tiempo libre, el uso en exceso del ocio por mejor que parezca, puede afectar a las personas de muchas maneras. Lo que se convertiría en un círculo viciosos. Pues si no trabajas, no tienes derecho al descanso y si te diviertes demasiado afecta a tu cuerpo, por tanto, no rindes beneficios y si no lo hacer te aísla de las personas y la comunidad. Por eso es importante saber sobre los beneficios que genera la práctica de algún tipo del ocio. Sobre estas particularidades los profesores afirmaron que resulta un conocimiento valioso para el ser humano saber cómo las prácticas del ocio nos ayudan en el desarrollo personal y nos hace un mejor ente en la sociedad. Según las variables y sus respectivos indicadores mostrados en la primera columna de esta Tabla No. 4.8 se aprecian los rangos que indican, que la no unificación de una mente en actividades positivas afecta al cuerpo y al espíritu (lo que hace que tu alma sea "negra, gris, nula") en la que los sujetos coincidieron en un 32%. Otro de los hallazgos es, que las personas que practican algún tipo de ocio se relacionan mejor con las personas y sus familiares, siempre que no lo hagan en exceso. Por tanto, la diversión, la recreación, el descanso y el procurar desarrollo personal, las tres "D" de Joffre Dumazedier, fue una de las teorías que muchos de los participantes refirieron de manera indirecta en sus comunicaciones, solo dos de los docentes menciono a su creador.</p>			

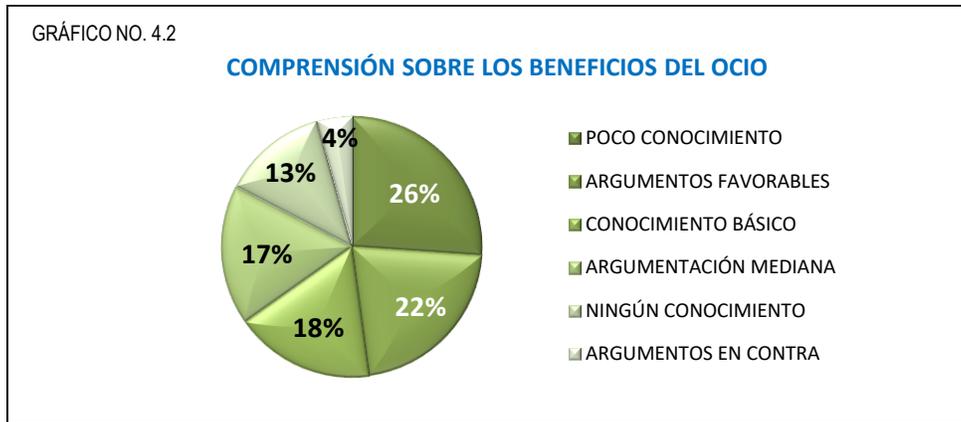
Con relación a las actividades de ocio y sus beneficios, los participantes en la mesa de discusión dijeron conocer las bondades que reciben las personas y las comunidades, al involucrarse en actividades culturales que los relacionan con prácticas generadoras de experiencias satisfactorias, realizadas libremente y espontáneas en muchos casos. Los participantes afirmaron que en la República Dominicana, poco se conoce sobre el ocio o la cultura del ocio. Y que el ocio en demasía es un mal hábito en las personas, casi siempre rotuladas como haraganes. Confiesan haber escuchado alguna vez: que es necesario tener tiempo libre para descansar, tener un tiempo para sí y para compartir con los demás, pero no habían reflexionado demasiado sobre la importancia del ocio para el desarrollo personal y como un espacio para acrecentar la cultura. Sin embargo, muchos de los programas de actividades culturales que se realizan de manera organizada por diferentes instituciones, están relacionados al anterior relato, que hasta ahora no se habían detenido a pesar. (Participantes, 2015)<sup>115</sup>.

Otro de los conceptos que se evidenció fue el autorreconocimiento de los límites propios y del respeto por el ocio, como parte del desarrollo humano integral del ser, porque implica el crecimiento como individuo y como persona social. El ocio practicado de manera apropiada incrementa la productividad, puede generar ingresos económicos y facilita la interrelación entre las personas. En este sentido, una distribución equilibrada de la relación entre tiempo, actividades recreativas, actividades formativas, entretenimiento y descanso, cada individuo puede desarrollar vínculos con su entorno a través del crecimiento personal y mejora de sus habilidades creativas. Para los participantes el ocio les permite la renovación del espíritu, a través de la vivencia de nuevas experiencias que, a la vez, aumentan el conocimiento de la sociedad, los oficios y hobbies, la tecnología y el arte, las historias humanas y, sobre todo, el aumento del conocimiento sobre su persona.

Los participantes agregaron que, al principio, no distinguían bien la diferencia entre ocio y ociosidad. Después de este encuentro, afirmaron: “el primero (el ocio), nos permite ser creativos, si lo utilizamos bien, y si no somos creativos en este tiempo de ocio definitivamente destruimos nuestro entorno y a nosotros también; y el segundo (ociosidad), responde a situaciones negativas que nos dañan a nosotros y a quienes están a nuestro alrededor”. Afirmación que se sostiene en las respuestas que dieron sobre los beneficios del ocio, ver Gráfico No. 4.2.

---

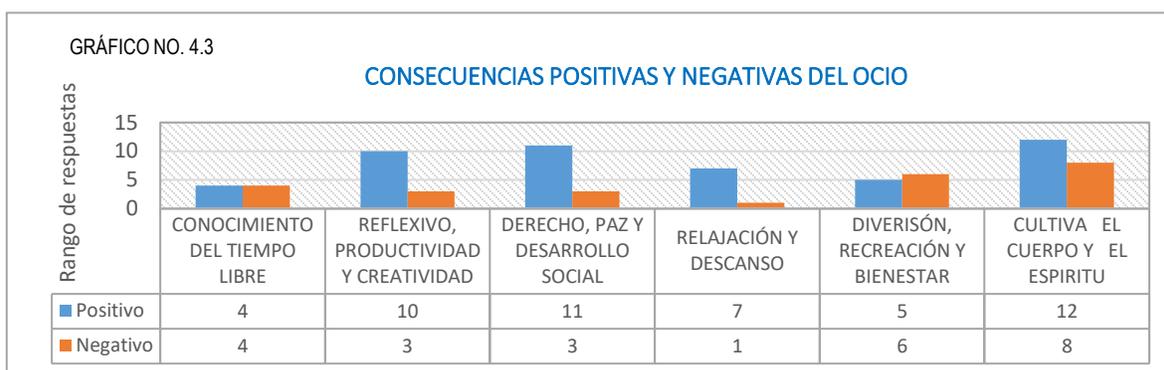
<sup>115</sup> ACALARACIÓN: La idea fue construida con las afirmaciones de los participantes en la mesa de discusión sobre el ocio en la sociedad dominicana, (Universidad Autónoma de Santo Domingo, UASD. 2015)



Otro aspecto importante que salió a relucir fue cuando se planteó a los participantes sobre los tipos de beneficios que aporta el ocio a las personas y a la comunidad. Algunos de los profesionales no alcanzaron a definirlos, pues no tenían claro que los beneficios personales pueden ser del orden psicológico, social, cultural y físico, mientras que los comunitarios pueden percibirse a través de las aptitudes de quienes practican el ocio positivo, los cuales se catalogan como sociales, culturales y medioambientales, que se pueden disfrutar mediante las Industrias Culturales y Creativas (ICC), que son las que mejoran la vida económica de los contextos, pero no argumentaron sobre el particular. Por tanto, diseñar buenas prácticas de ocio favorece su desarrollo como lo exponen las teorías que ya han sido llevadas a la práctica en otras naciones.

Las personas estudiadas también afirmaron que, con una distribución equilibrada de la relación entre tiempo, actividades recreativas, actividades formativas, entretenimiento y descanso, se puede desarrollar vínculos con su entorno, a través del crecimiento personal y la mejora de sus habilidades creativas. Cuando se les pidió que hablaran de sus experiencias sobre las consecuencias de las prácticas de ocio en términos positivos o negativos, sus respuestas giraron en torno a las tres “D” de Dumazedier, descansar, divertirse, informarse o desarrollarse personalmente para integrarse a la sociedad. Estas respuestas se vieron referidas en variables como: derecho, paz y desarrollo social, así como también en la importancia que dieron a las buenas prácticas de ocio en las que se cultiva el cuerpo y el espíritu. De manera que los encuestados comprendieron que el buen uso del tiempo libre les permite ser reflexivos, creativos y más productivos después del descanso y la relajación, como se puede apreciar en los siguientes indicadores que se plasman en el siguiente Gráfico No. 4.3.

En ese mismo orden, las consecuencias de prácticas positivas superan por más de la mitad (66 %) a las prácticas negativas (34 %), significando que la mejora del disfrute del ocio solo se puede lograr mediante programas educativos, que permitan involucrar a las personas de forma inclusiva. El 100% de los docentes encuestados lo confirmó al referir, que: La formación sobre la importancia del ocio es la única vía en la que se puede transitar por las industrias culturales con la plena conciencia de que el gozar, el disfrutar el hecho de conocer, desarrollar una vida social y cultural, favorecen el desarrollo integral de las personas. Así lo refirieron los participantes en la mesa de discusión sobre el ocio en la sociedad dominicana, (2015).



Al motivar a los participantes que compararan el evento con su fruta preferida, sus aportes fueron gratificantes, de los cuales presentamos los siguientes:

**LA LECHOSA (papaya):** Porque tiene muchas propiedades y prácticamente todas las partes de la planta y de la fruta son utilizables. Puede prepararse de muchas formas, siempre resulta deliciosa y está dentro de los frutos que menos restricciones tiene. Visualmente es voluminosa: preciosa verde y espectacular madura. Sus hojas se abren a la vida, celebrando el sol. Su fruto se aferra al tronco, buscando sostenerse con lo esencial que brinda el árbol. La flor en ella es un punto luminoso, casi impensable creer que de tan pequeña flor puede producir un fruto de una dimensión tan espectacular, así es el ocio.

**UN KIWI:** Porque se trata de algo aparentemente pequeño pero que por sus nutrientes y sabor puede tener un gran impacto en quien lo consume, que puede combinarse con otras frutas para obtener un sabor diferente, y que si bien puede ser agrio por la cantidad de cítricos que equivalen a la reflexión crítica y al empuje que debe dársele para que tenga cabida, al final resulta ser sumamente rico en nutrientes y del agrado de quien lo consume.

El MANGO: Porque puede disfrutarse a plenitud, comerlo más de tres relaja tanto que se no se siente cuando su jugo se derrama por los brazos, no hay protocolo especial para comerlo. Este evento ha sido un tiempo de ocio para aprender ideas innovadoras y de profunda reflexión, en lo personal del uso de mi tiempo de ocio, en esta ocasión disfrute este evento como si me comiera una docena de mangos.

UN CAIMITO: Esta es una fruta hermosa, sabrosa y saludable. Además, es atractiva e invita a ser comida y disfrutada por su bonita presentación. De ahí, que el evento llevado a cabo sobre el ocio, sin lugar a duda, me ha abierto una nueva ventana para desarrollar el aprendizaje en un área profesional, que, aunque disfrutamos de este (algún tipo de ocio), lo hacíamos sin planificarlos y de manera inconscientemente.

Como se puede apreciar, estas comparaciones reportan cualidades del ocio, como si este fuera una fruta, cuya propiedades y partes de las plantas son utilizables, pues las frutas se preparan de muchas maneras, que siempre resultan deliciosas y nutritivas. Visualmente son atractivas por su color, olor, sabor y formas. Así que este evento resultó para los docentes investigadores un tiempo de aprendizaje. Según sus palabras, se encontraron con ideas innovadoras que les hicieron reflexionar sobre los aportes del ocio a la sociedad dominicana. Y lo reafirmaron al expresar que volverían a participar en otra mesa de discusión sobre el tema.

#### **4.3.1.- Informaciones generales obtenidas mediante las entrevistas al grupo focal**

Al compilar las ideas del evento “Mesa de Discusión Sobre el Ocio en La Sociedad Dominicana”, se comprobó el buen desenvolviendo que tienen los profesionales convocados respecto al tema, quienes relacionaron muy bien el ocio con su vida laboral. Sus aportes a este estudio fueron importantes, pues cumplieron con las expectativas creadas. La muestra de docentes de la Universidad Autónoma de Santo Domingo aportó datos para la conclusión de esta investigación, dado que ofrecen la visión de docentes-investigadores desde sus oficios sobre el tema del ocio en la sociedad dominicana. Los participantes enumeraron los beneficios de las buenas prácticas de ocio, dentro de los que se destaca que el ocio es practicado y disfrutado por los docentes. Sin embargo, la simple mención del concepto implica cierta vergüenza por quienes lo practican, pues en la región se tiende a relacionar con pérdida de tiempo. Socializar el vocablo en su dimensión positiva es la tarea de los profesionales docentes. (ver las Listas Nos. 4.3 y 4.4)

LISTA NO. 4.3

**PARTICIPACIONES EN LA MESA DE DISCUSIÓN SOBRE EL OCIO EN LA SOCIEDAD DOMINICANA  
A TRAVÉS DE UNA MUESTRA DE DOCENTES DE LA PRINCIPAL UNIVERSIDAD ESTATAL DOMINICANA**

SUJETOS EXPOSITORES	TÍTULO DE LA DISERTACIÓN	ENTREVISTADO
1.- <b>Luis A. Rodríguez S.</b>	<i>“Historiografía del Ocio y sus beneficios”</i>	NO
2.- <b>Rosmary Paulino</b>	<i>“Ocio y Educación desde Dos Realidades”</i>	NO
3.- <b>Leini Guerrero</b>	<i>“La música y el ocio”</i>	✓
4.- <b>Ceyda Luz Lora</b>	<i>“Una aproximación a la educación del ocio”</i>	✓
5.- <b>Cesar Zapata</b>	<i>“El ocio como poética”</i>	✓
6.- <b>Albacelis Acosta</b>	<i>“Arte, identidad y virtualidad”</i>	✓
7.- <b>José Somavilla</b>	<i>“Mi visión sobre el ocio”</i>	✓
8.- <b>Rosa M. Silverio</b>	<i>“Reflexión del ocio en la comunicación institucional”</i>	✓
9.- <b>Ana Branagan</b>	<i>“La representación social del ocio en la sociedad dominicana”</i>	✓
10.- <b>Juan F. Cepeda</b>	<i>“Solo fue entrevistado, no presentó ponencia”</i>	✓
11.- <b>Maria Morera</b>	<i>“Solo fue entrevistada, no presentó ponencia”</i>	✓
12.- <b>Mirian Morillo</b>	<i>“Solo fue entrevistada, no presentó ponencia”</i>	✓



ÍTEMS DE LA ENTREVISTA

- 1.- ¿Qué es el ocio?
- 2.- ¿Cuáles son las consecuencias positivas y negativas que tienen las prácticas de ocio en la realidad?
- 3.- ¿Considera que es posible cambiar el modo de entender el ocio a través de la Educación?
- 4.- ¿Ha escuchado hablar de los beneficios del ocio?
- 5.- ¿Entiende lo que son las industrias creativas y culturales?
- 6.- ¿En cuál Facultad usted desarrolla su mayor actividad docente, investigativa y extensionista?
- 7.- ¿Si este evento fuera una fruta tropical, cual sería y por qué?

*\*Ver síntesis en las comunicaciones en anexos*

FOTOGRAFÍA NO. 4.2. PROFESORES PARTICIPANTES EN LA MESA DE DISCUSION SOBRE EL OCIO

LISTA NO. 4.4

**RECOMENDACIONES PUNTUALES DE LOS PARTICIPANTES  
EN LA MESA PARA RESIGNIFICAR EL OCIO EN LOS DOMINICANOS**

Visto lo planteado anteriormente y en el entendido de que hay posibilidades para que la población acepte las teorías del ocio a través de las Industrias Culturales y Creativas, ya que estas se relacionan con el uso del tiempo libre y las prácticas positivas del ocio, se recomienda:

- Continuar haciendo las mesas de discusiones sobre el ocio en la sociedad dominicana en otras Instituciones de Estudios Superiores (IES).
- Hacer las gestiones para que se abra en alguna de las IES una línea de investigación, que se preocupe por dar a conocer las bondades de una buena práctica de ocio.
- Comenzar a estudiar las posibilidades de apertura de una oficina para difundir los estudios de ocio, así como también un observatorio del fenómeno ocio en el Caribe Antillano.

#### 4.4.- INFORMACIONES ENCONTRADAS A TRAVÉS DE LAS ENTREVISTAS

Antes de presentar el resultado general de las entrevistas focalizadas, reiteramos que la muestra fue escogida de un grupo de instituciones que laboran por el progreso general del país, del cual fueron solo preseleccionadas las que tienen dentro de sus funciones, relación directa con el desarrollo de las Industrias Culturales y Creativas en el casco histórico de Distrito Nacional, y las que patrocinan o funcionan con aportes económicos proporcionados por empresas privadas y estatales que fungen como mecenas y filántropos. Conforme a esos criterios, resultaron seleccionados, cinco (5) centros culturales, tres (3) patronatos, dos (2) Ministerios, una oficina del Poder Legislativo, y el Ayuntamiento del DN. De estas instituciones se hizo un listado de doce (12) personalidades que laboran en estas.

A continuación, presentamos nueve (9) cuadros de análisis descriptivos, donde podrán ver las calidades de estas instituciones gubernamentales y privadas y los criterios de selección de las personas que fueron entrevistadas. Se inició con las observaciones analíticas de cinco (5) instituciones escogidas, las cuales laboran desde la Zona ofertando sus servicios.

CUADRO DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO No. 4.1						
CENTRO CULTURAL PRIVADO						
I.- NOMBRE	FUNDACIÓN CULTURAL CASA DE TEATRO (FCCT)					
	II.- UBICACIÓN	III.- TIPO DE EMPRESA	IV.- CAPITAL, FONDO	V.- TIEMPO FUNCIONANDO	VI.- ADSCRITA A INSTITUCIÓN INTERNACIONAL	VII.- DEPENDEN DE DE UNA EMPRESA NACIONAL
	Calle Arzobispo Meriño #110. Ciudad Colonial. Tel: (809) 689-3430	d) ONG	b) PRIVADO	Desde 1974 (44 Años)	NO	NO
I a.-Persona que la dirige: <b>Freddy Ginebra</b>			I b.- representante: <b>Sonia Ginebra</b> , Asistente General			
Funciona en una antigua casa de la Ciudad Colonial. Fue y sigue siendo un espacio donde se han iniciado muchos artistas nacionales. En sus espacios funcionan: una sala de teatro, un bar y tres espacios que fungen como salas de exposiciones y conferencias. Mantiene varios programas de becas para estudiar artes (pintura, danza y música) realiza concursos de literatura (cuento y novela y poesía) y patrocina colectivos de artesanos. <i>“Es un facilitados de los demás, es lo que le hace feliz”.</i>						
OPINIONES FAVORABLES Ranking (4.5 / 156 opiniones). TripAvizor y Google Comentarios. 2017						

CUADRO DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO No. 4.2						
CENTRO CULTURAL PRIVADO						
I.- NOMBRE	CENTRO CULTURAL DE ESPAÑA EN SANTO DOMINGO (CCESD)					
	II.- UBICACIÓN	III.- TIPO DE EMPRESA	IV.- CAPITAL, FONDO	V.- TIEMPO FUNCIONANDO	VI.- ADSCRITA A INSTITUCIÓN INTERNACIONAL	VII.- DEPENDEN DE DE UNA EMPRESA NACIONAL
	Calle Arzobispo Meriño #2. Teléfono: (809) 686-8212,	d) ONG	b) PRIVADO	Desde 1990 (42 Años)	Recibe el apoyo económico del Gobierno Español	NO
I a.-Persona que la dirige: <b>Juan Sánchez</b>			I b.- Directivo general o representante:			
Antiguo Colegio Gorgón (1550). En 1976 el Estado dominicano lo cedió a España para instalar el Instituto de Cultura Hispánica. En 1987, la AECID adquiere el edificio colindante. En 1990 se crea el Instituto Dominicano de Cultura Hispánica, que cambia de denominación a Centro Cultural Hispánico primero, y al actual nombre de Centro Cultural de España en Santo Domingo (CCESD). Desde sus espacios promueve la cultura y el desarrollo del patrimonio en el país, siguiendo la herencia española.						
OPINIONES FAVORABLES Ranking (4.7 / 89 opiniones). TripAvizor y Google Comentarios. 2017						

CUADRO DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO No. 4.3 CENTRO CULTURAL ESTATAL						
I.- NOMBRE	CENTRO CULTURAL DE LAS TELECOMUNICACIONES (CCT)					
	II.- UBICACIÓN	III.- TIPO DE EMPRESA	IV.-CAPITAL, FONDO	V.- TIEMPO FUNCIONANDO	VI.- ADSCRITA A INSTITUCIÓN INTERNACIONAL	VII.- DEPENDEN DE DE UNA EMPRESA NACIONAL
	Calle Isabel la Católica #102 12 Tel: (809) 378-6250	d) Estatal	b) Gobierno dominicano	Desde 2011 (7 Años)	NO	NO
I a.-Persona que la dirige:			I b.- Directivo general o representante: <b>Basilio Belliar</b>			
Fundado el 18 de julio de 2011. Esta institución opera como Centro que promueve la cultura y al tiempo que es Museo de las Telecomunicaciones, desde donde difunde, conocimiento para crear conciencia sobre la necesidad de la preservación y conservación de nuestro patrimonio tecnológico-comunicativo. El CCT muestra un panorama de la evolución y desarrollo de radio, la televisión y la telefonía. En sus salas muestra los aparatos e instrumentos tecnológicos, desde su aparición en la geografía dominicana. De ahí la responsabilidad social que ha asumido el INDOTEL al garantizar su permanencia y sostenibilidad para el disfrute de las presentes y futuras generaciones de dominicanos, cumpliendo así con los derechos culturales de los ciudadanos.						
<b>OPINIONES FAVORABLES</b> Ranking (4.7 / 89 opiniones). TripAdvisor y Google Comentarios. 2017						

CUADRO DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO No. 4.4 CENTRO CULTURAL ESTATAL						
I.- NOMBRE	CENTRO CULTURAL BANRESERVAS (CCB)					
	II.- UBICACIÓN	III.- TIPO DE EMPRESA	IV.-CAPITAL, FONDO	V.- TIEMPO FUNCIONANDO	VI.- ADSCRITA A INSTITUCIÓN INTERNACIONAL	VII.- DEPENDEN DE DE UNA EMPRESA NACIONAL
	Calle Isabel la Católica #202. Teléfono: (809) 960-2094	d) Estatal	b) Gobierno dominicano	Desde 2013 (5 Años)	NO	SI, al Banreservas de la Rep. Dom.
I a.-Persona que la dirige: <b>María José Bengoa</b>			I b.- Directivo general o representante: <b>Juan Freddy Armando,</b>			
Fundado el 31 de enero 2013. Es una iniciativa del BanReservas que surge como apoyo al desarrollo de la cultura del pueblo dominicano, educándolo en la valoración de sus aportes en interacción con las creaciones de otros pueblos del mundo. Cuenta con un museo de antigüedades, salón de exposiciones, cine auditorio, área de lectura y un patio español destinado a ser el ambiente idóneo para recitales e intercambios culturales.						
<b>OPINIONES FAVORABLES</b> Ranking (5.0 / 3 opiniones). TripAdvisor y Google Comentarios. 2017						

CUADRO DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO No. 4.5. CENTRO CULTURAL ESTATAL						
I.- NOMBRE	CENTRO COMUNITARIO CIUDAD COLONIAL (CCCC)					
	II.- UBICACIÓN	III.- TIPO DE EMPRESA	IV.-CAPITAL, FONDO	V.- TIEMPO FUNCIONANDO	VI.- ADSCRITA A INSTITUCIÓN INTERNACIONAL	VII.- DEPENDEN DE DE UNA EMPRESA NACIONAL
	Calle el Conde, edificio Sabañón 2do. Piso. Tel: (829) 545-1548 ext. 7301	d) Estatal	b) Gobierno dominicano	Desde abril del 2017	NO	NO
I a.-Persona que la dirige: <b>Arq. Maribel Villalona</b>			I b.- Directivo general o representante: <b>Carlos Arias</b>			
Funciona en un edificio de mediados del siglo XX, en la 2da. Planta del Edificio Sabañón. Es una dependencia del <b>Programa de Fomento al Turismo en Ciudad Colonial (PFTCC)</b> , que dependen del Ministerio de Turismo. Es un espacio creado para promover el diálogo entre la comunidad y las instituciones del Estado con miras a fortalecer la participación ciudadana y las organizaciones de la sociedad civil que trabajan por el progreso de la Ciudad Colonial. Tiene el objetivo de promover el desarrollo local, fortaleciendo las habilidades de la población a través de la capacitación, fomentando la cultura de emprendimiento y la responsabilidad social corporativa. Desde aquí funciona El Observatorio de Turismo en la Ciudad Colonial, para levantar informaciones de primera mano para que los comunitarios y los empresarios puedan tomar para hacer, redirigir y promover sus actividades de ocio y negocio. El CCCC ofrece sus amplios espacios físicos e informaciones para que los residentes aprovechen las oportunidades económicas generadas por la renovación que lidera el Ministerio de Turismo de República Dominicana.						
<b>OPINIONES FAVORABLES</b> Ranking (Sin opiniones aun). 2017						

De los cinco (5) establecimientos anteriores la Fundación Cultural Casa de Teatro (FCCT) es la más antigua; es una fundación sin fines de lucro de origen privado y dirigida por su fundador, Freddy Ginebra; la segunda es el Centro Cultural de España en Santo Domingo (CCESD), un espacio desde donde se promociona la cultura en todas sus vertientes en el país, patrocinada por el Gobierno español. Las tres siguientes: Centro Cultural de las Telecomunicaciones (CCT), Centro Cultural Banreservas, (CCB), Centro Comunitario Ciudad Colonial (CCCC) son subvencionadas por el Estado dominicano. El CCCC, última de este grupo, es un espacio de reciente inauguración. Su misión y propósitos van encaminados a servir a la comunidad de muchas maneras, las cuales puntualizaremos más adelante.

Los próximos tres (3) patronatos: la Asociación de Junta de Vecinos de la Zona Colonial (ver Lista No. 4.5) el Clúster Turísticos Santo Domingo Inc. (ver Lista No.2.5) y la Asociación Comerciantes de la Calle el Conde y la Zona Colonial, son organismos en cuyas entidades convergen instituciones creadas en los últimos veinte (20) años, específicamente para darle vida al casco histórico. Tanto en los centros culturales como en los patronatos se hizo un estudio de sus estructuras organizativas, lo que permitió identificar a las personas responsables de su funcionamiento, así como también apreciar datos que permitieron establecer cuáles son los patronatos más antiguos y los centros más comprometidos con el desarrollo de la Zona. Las oficinas gubernamentales de los ministerios de Cultura, Turismo, la Presidencia y el Ayuntamiento no fueron analizadas de la misma manera que los centros y patronatos, solo se indagó sobre su compromiso y responsabilidad con el desarrollo de la CC-SD. (Ver Análisis Descriptivos Números 4.6, 4.7, 4.8 y los Gráficos Números 4.4 y 4.5).

LISTA NO.4.5 ASOCIACIONES Y JUNTAS DE VECINOS	
1.	0032 SAN ANTÓN
2.	0034 PUERTA DE LA MISERICORDIA
3.	0039 EL CARMEN
4.	0041 SANTA BARBARA
5.	0652 SAN MIGUEL
6.	0733 SAN LÁZARO
7.	1513 SAN JOSE MONTESINO
8.	1591 <u>UNIÓN DE JUNTAS DE VECINOS</u> <u>CIUDAD COLONIAL</u>
9.	1595 CONDE-MERCEDES
10.	1597 SANTA CLARA CATEDRAL
11.	---- SAN NICOLÁS DE BARI
12.	---- CALLEJÓN REGINA AGELORUM
* Información tomada de 137 asociaciones registradas en La Dirección de Desarrollo Humano del ADN-SD, 2015.	

LISTA NO.4.6 . ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DEL CLÚSTER TURÍSTICO SANTO DOMINGO INC.	
1.	SECTOR VIAJES. . . . . ADOTUR, TOURS OPERADORA
2.	SECTOR AEROPUERTO. . . . . AERODOM
3.	SECTOR PUERTO CRUCERO. PUERTO SANSOUCI
4.	SECTOR RESTAURANTE. . . . . ADRIAN TROPICAL
5.	SECTOR TUOPERACIÓN. . . . . OPETUR
6.	SECTOR HOTELERO. . . . . ASOC. DE HOTELES DE SANTO DOMINGO HOTEL SHERATON SANTO DOMINGO HOTEL PLAZA COLONIAL
7.	SECTOR CULTURA. . . . . CASA DE TEATRO
8.	SECTOR ACADEMIA. . . . . UNIVERSIDAD APEC
9.	SECTOR GUBERNAMENTAL.. MINISTERIO DE TURISMO MINISTERIO DE CULTURA MINISTERIO MEDIO AMBIENTE ALCALDÍA DISTRITO NACIONAL
10.	SINDICATO. . . . . GUÍAS TURÍSTICOS

\* Registro de Organizaciones Ciudadanas y Comunitarias. Lista de Juntas de Vecinos de la Circunscripción No. 1, D. N.

CUADRO DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO No. 4.6						
CENTRO CULTURAL						
I.- NOMBRE	ASOCIACIÓN COMERCIANTES DE LA CALLE EL CONDE Y LA ZONA COLONIAL (ASOCONDE)					
	II.- UBICACIÓN	III.- TIPO DE EMPRESA	IV.-CAPITAL, FONDO	V.- TIEMPO FUNCIONANDO	VI.- ADSCRITA A INSTITUCIÓN INTERNACIONAL	VII.- DEPENDEN DE DE UNA EMPRESA NACIONAL
	Calle El Conde Teléfono: (809) 686-2676	d) Comunitaria	b) Privado Publico	Desde 1973 (45 Años)	NO	SI
I a.-Persona que la dirige: <b>Hernani Montalvo</b>			I b.- Directivo general o representante: <i>designado por la junta.</i>			
Tiene una estructura organizacional, asamblea general que representa a la mayoría de los establecimientos comerciales de la Calle El Conde y la Ciudad Colonial de Santo Domingo. ASOCONDE tiene como propósitos: Formular y representar positivamente la imagen de sus asociados promoviendo la vocación comercial y de servicio a todos los visitantes a la ciudad y a clientes de sus asociados. Fue la primera en surgir, se fundada el 19 de junio de 1973. En la actualidad debe reformular su área de acción, pues ya el funcionamiento de la Ciudad colonial es más complejo ahora y existen 12 juntas de vecinos que velan por sus zonas. (2017 ). <a href="mailto:asoconde01@yahoo.com">asoconde01@yahoo.com</a>						

CUADRO DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO No. 4.7						
CENTRO CULTURAL						
I.- NOMBRE	ASOCIACIÓN DE JUNTA DE VECINOS DE LA CIUDAD COLONIAL (AJVCC)					
	II.- UBICACIÓN	III.- TIPO DE EMPRESA	IV.-CAPITAL, FONDO	V.- TIEMPO FUNCIONANDO	VI.- ADSCRITA A INSTITUCIÓN INTERNACIONAL	VII.- DEPENDEN DE DE UNA EMPRESA NACIONAL
	Teléfonos: calle Arzobispo Portes casa # 309	d) Comunitaria	b) Privado Publico	Desde 2000 (18 Años)	NO	NO
I a.-Persona que la dirige: <b>Pedro del Castillo</b>			I b.- Directivo general o representante: <i>por designación del comité.</i>			
Cuenta con una estructura administrativa con asamblea general de las 13 juntas de vecinos de la Ciudad Colonial, su Consejo Directivo tiene 14 puestos, integrados por las 13 Juntas de Vecinos. Presidente: Pedro del Castillo (Junta del callejón Regina Agelorum). Secretaria: Rita Almonte, (Junta de Vecinos El Carmen). Tesorera: Zoila Pérez, (Junta de San Lázaro). Coordinadora: Mirtha Guevara Melo, (Junta del barrio San Miguel). Consejo Consultivo y Disciplinario, 3 puestos: Secretario de Infraestructura Urbana: Alberto Selman, (Junta Santa Clara-Catedral). Gestión Ambiental: Minerva Reyes, (Junta de San Nicolás de Bari) Gestión de riesgo: Rosa Ortiz Wessi (Junta de Vecinos de San Antón). Disciplina, Mercedes Zabaleta, (Junta del barrio San Miguel). Coordinadores de áreas, 3 puestos: Secretaria de Educación: Marta Ramírez Viuda Copello, (Junta de El Conde-Mercedes) Bienestar Social, Milagros Polanco, (Junta Puerta de la Misericordia). Aseo Urbano: Virgilio Ventura, (Junta de San Lázaro). Defensa del Espacio Público: Prudencia Fernández, (Junta de San José-Montesinos). Animación Urbana: William García, (Junta Santa Bárbara). Relaciones Públicas: Ruth Gesualdo, (Junta Puerta de la Misericordia. (Se reúne en el Museo de la Resistencia), (2017). <a href="https://www.facebook.com/Union-De-Juntas-De-Vecinos-De-Ciudad-Colonial-1382486998653076/">https://www.facebook.com/Union-De-Juntas-De-Vecinos-De-Ciudad-Colonial-1382486998653076/</a>						

CUADRO DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO No. 4.8.						
CENTRO CULTURAL						
I.- NOMBRE	CLÚSTER TURÍSTICOS SANTO DOMINGO INC. (CTSD)					
	II.- UBICACIÓN	III.- TIPO DE EMPRESA	IV.-CAPITAL, FONDO	V.- TIEMPO FUNCIONANDO	VI.- ADSCRITA A INSTITUCIÓN INTERNACIONAL	VII.- DEPENDEN DE DE UNA EMPRESA NACIONAL
	Calle Arzobispo Meriño 157. Teléfono: (809) 687-8217	d) Comunitaria	b) Privado Publico	Desde 2007 (11 Años)	NO	SI
I a.-Persona que la dirige: <b>Freddy Ginebra</b>			I b.- Directivo general o representante: <b>Kin Sánchez</b>			
Cuenta con una estructura administrativa con una asamblea general que representa los sectores más importantes de la cadena de valor del Turismo tanto para la Ciudad Colonial como para todo el Gran Santo Domingo. Su Consejo Directivo está compuesto por 13 puestos (9 Sector Privado / 4 Sector Público). Junta Directiva, 7 puestos: Coordinación General: Don Freddy Ginebra (Casa de Teatro/ Sector Cultura). Secretaria General: Carlos Rodoli (Aerodom/ Sector Aeropuerto). Tesorería: Linette Arbaje (ADOTUR / Sector Viajes). Vocal: Luis Marino Lopez (Adrian Tropical/ Sector Restaurante). Vocal: Elizabeth Tovar (OPETUR/ Sector Turoperación). Vocal: Luis Padilla (Hotel Sheraton Santo Domingo / Sector Hotelero). Vocal: Fabeth Martinez (Asoc. de Hoteles de Santo Domingo/ Sector hotelero). Vocal: Jaime Castillo (Puerto Sansouci/ Sector Puerto Crucero). Vocal: Luis Felipe Aquino (Universidad Apec / Sector Academia). Vocales sector público: Ministerio de Turismo, Ministerio de Cultura, Ministerio Medio Ambiente, Alcaldía Distrito Nacional. Consejo Consultivo y Disciplinario, 3 puestos: Fanny Sanchez (Hotel Plaza Colonial, Sector hotelero). Beatriz Cassa (Tours Operadora, Sector Viajes). Angel Antonio Morfa (Sindicato de Guías Turísticas). Asesores: 1 puesto. Ingrid Yeara (Asesora del Consejo Consultivo y Disciplinario) Coordinadores de áreas, 3 puestos: Asuntos Culturales y Comunitarios: Kin Sánchez, Proyectos y Administración: Virginia Báez, Director Creativo: Erick Vélez. Esta Directiva estará hasta el 2017. <a href="http://clusterturisticodesantodomingo.org.do/">http://clusterturisticodesantodomingo.org.do/</a>						

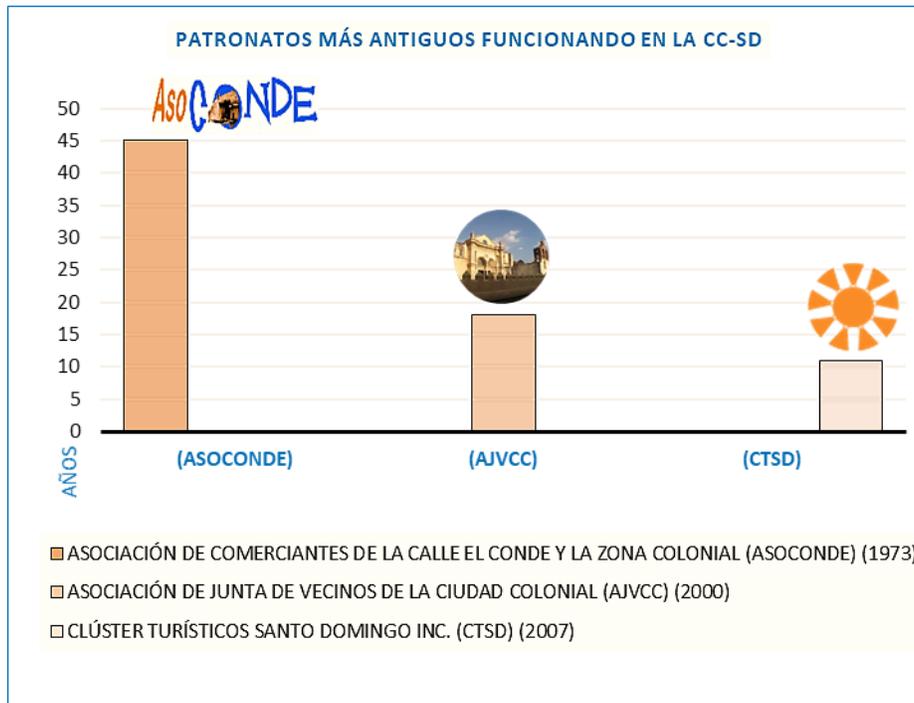


GRÁFICO NO. 4.4



GRÁFICO NO. 4.5

CUADRO DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO No. 4.9					
CENTRO CULTURAL LISTA DE TESTIGOS PRIVILEGIADOS					
PERSONAS VINCULADAS CON EL DESARROLLO DE LA CC-SD	CLASIFICACIÓN DE LA INSTITUCIÓN		ANTIGÜEDAD SIRVIENDO A LA COMUNIDAD	RESPONSABILIDAD, INGERENCIA Y COMPROMISO CON LA CC-SD	
	SIGLAS	PUBLICA	PRIVADA	AÑO DE LA FUNDACIÓN	
				REPRESENTANTE DE LA ENTIDAD	
1.- <b>Freddy Ginebra</b> . . . . . FCT FUNDACIÓN CASA DE TEATRO			**	1974 (44 años de fundada) Posee muchas informaciones	Director General, Fundación Casa de Teatro. Promotor cultural, escritor y publicista. Coordinación General Clúster Turístico de S D.
2.- <b>Juan Sánchez</b> . . . . . CCESD CENTRO CULTURAL DE ESPAÑA EN SANTO DOMINGO			*	1976 (42 años de fundada)	Director General, Filólogo, gestor y facilitador Cultural. Representante Cultural de Embajada de España.
3.- <b>Basilio Belliard</b> . . . . . CCT CENTRO CULTURAL DE LAS TELECOMUNICACIONES	*			2011 (7 años de fundada)	Encargado de eventos, Poeta, ensayista y crítico literario. Profesor de Crítica de Historia del Artes, UASD.
4.- <b>Juan F. Armando</b> . . . . . CCB CENTRO CULTURAL BANRESERVAS	*			2013 (5 años de fundada)	Director General, Poeta, escritor y promotor cultural. Profesor de Literatura.
5.- <b>Carlos Arias</b> . . . . . CCCC CENTRO COMUNITARIO CIUDAD COLONIAL	*			2017 (1 años de fundada)	Coordinador General, Investigador social y promotor cultural. MINISTERIO DE TURISMO, PFTCC-SD contratado por proyecto. Se reporta a la directora general, Arq. Maribel Villona.
6.- <b>Pedro del Castillo</b> . . . . . UJVCC UNION DE JUNTAS DE VECINOS CIUDAD COLONIAL			***	2000 (19 años de fundada)	Presidente de la Unión de Juntas de vecino CC. Presidente de la Junta del Callejón Regina Agelorum. Representante de 13 junta de vecinos de la zona.
7.- <b>Kin Sánchez</b> . . . . . CTSD CÚSTER TURISTICO SANTO DOMINGO			***	2010 (9 años de fundada)	Enc. de Asuntos Culturales y Comunitarios. Promotor cultural y escritor. Consultor Turístico. Conocedor de la historia del CC. Miembro de Clúster Turístico de Santo Domingo
8.- <b>Luis F. Aquino</b> . . . . . UNAPEC DECANATO DE TURISMO			***	2010 (hasta la fecha)	Decano de Turismo Universidad Acción Pro Educación y Cultura UNAPEC, profesor turismo. Miembro de Clúster Turístico de Santo Domingo.
9.- <b>Carlos Santos Duran</b> . . . . . MICUL MINISTERIO DE CULTURAL	***			2010 (Sus servicios son antes de fecha, a partir de esta es en la que se vincula al MICUL)	Sub-secretario de Desarrollo Institucional, sociólogo-Artista Plástico. Trabajo en la elaboración del proyecto de la Ley de Mecenazgo.
10.- <b>Maribel Villalona</b> . . . . . MITUR MINISTERIO DE TURISMO	**			2012 (6 años de haberse comenzado a implementar)	Encargada General del Plan de Fomento de Turismo para la Ciudad Colonial de Santo Domingo. (PTFCC-SD).
11.- <b>Abil Peralta</b> . . . . . CNRD CONGRESO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DOMINICANA	*			2012 (6 años de estar dando seguimiento para su aprobación)	Asesor Cultural Cámara de Diputados, Crítico y Curador de Artes Plástico. Coleccionista de Artes. Trabajo en la elaboración del proyecto de la Ley de Mecenazgo
12.- <b>David Collado</b> . . . . . ADN AYUNTAMIENTO DEL DISTRITO NACIONAL	*			2 años de ser alcalde de la ciudad	Alcalde Santo Domingo de Guzmán Electo para el periodo 2016-2020
COMENTARIOS					
<p>De las doce (12) personas entrevistadas fueron seleccionadas de los centros e instituciones que sirven en la CC-SD. Los tres, (3) primeros testigos privilegiados fueron los identificados con los números 6, 7 y 9. El no. 6.- Pedro del Castillo de la UJVCC fue escogido por ser el representante de los comunitarios de la Zona y por tener clara las ideas sobre la intervención de la CC-SD; el no. 7.- Kin Sánchez de CTSD por ser representante de las instituciones de negocios privados que viven de la industria del Turismo y por conocer los problemas sociales y políticos de la CC-SD; y el no. 9.- Carlos Santos Durán del MICUL por ser representante del Estado en lo relativo a la ley de cultural y la difusión de las misión y propósito del ministerio. Otros tres entrevistados están vinculados con el Estado, fueron identificados con los números 1, 8 y 10, aportaron sus informaciones a través de sus asistentes y complementadas con sus declaraciones publicadas en los portales y medios periodísticos en los últimos cinco años. El no. 1 es Freddy Ginebra fue asistido por Sonia Ginebra. Aclaramos que el Sr. Ginebra es el Director de Casa de Teatro por cuatro décadas y también fue el director general de Clúster Turístico de Santo Domingo, él fue representado por el Sr. Kin Sánchez otra de las personas fue la no. 10.- Arq. Maribel Villalona directora del PTFCC-SD, fue representada por su asistente el 5.- Sr. Carlos Aria, encargado del Centro Comunitario de la CC; La tercera persona fue identificada con el no. 8.- Sr. Luis Felipe Aquino, por ser profesor de turismo y miembro del CTSD, y conocedor de la realidad de la industria del turismo en la República Dominicana, además de que representa una opinión sobre la educación superior en el campo del turismo. Las demás personas fueron descartas, porque sus opiniones no aportarían datos nuevos. Eso se pudo contactar al comparar sus declaraciones, sus hojas de vida y los aportes que han realizado para la Ciudad Colonial con las de los testigos escogidos.</p>					

#### 4.4.1.- Testigos privilegiados representantes de las instituciones más vinculadas con la Ciudad Colonial de Santo Domingo

De las ocho (8) entidades cinco centros y tres patronatos, fueron seleccionados los entrevistados tomando en cuenta la antigüedad que tienen sirviendo a la comunidad desde sus cargos, las responsabilidades, la injerencia y compromiso con la CC-SD. Con este instrumento se comprobó el dominio de la cultura dominicana que poseen y los niveles de pertinencia que tienen respecto a las instituciones a las que sirven. Con esta selección se formó el grupo de doce (12) personas, de las cuales escogimos los representantes: No.6 de UJVCC el No.7 del CTSD, el No.9 del MICUL, el No.8 de UNAPEC y el No. 10 del MITUR presentados en el Cuadro de Análisis Descriptivo No. 4.9. A esta selección la volvimos a numerar para tener un mejor manejo de las informaciones ofrecidas por este grupo, ver Lista No. 4.7.

LISTA NO. 4.7	
PERSONAS QUE POSEEN INFORMACIONES IMPORTANTES SOBRE LA CC-SD	
I.- Pedro del Castillo. . . . . UJVCC	IV.- Luis Felipe Aquino . . . . . UNAPEC
II.- Kim Sánchez. . . . . CTSD	V.- Maribel Villalona. . . . . MITUR
III.- Carlos Santos Durán . CULTURA	

Las cinco personas seleccionadas representan las opiniones de la sociedad civil que habita la Zona, a los empresarios privados que viven de la industria del ocio, al sector gubernamental que se relaciona con el objeto de estudio y al sector de la educación superior vinculado a las Industrias Culturales y Creativas. El resto de las personas identificadas no fueron entrevistas, dado que al consultar sus aportes y declaraciones sobre la CC-SD se pudo confirmar en sus perfiles en la web y en los reportes de las actividades que han realizado para con el desarrollo de la cultura dominicana son insuficientes o son similares a las de los que ya habíamos escogido. Los datos de los cinco (5) testigos privilegiados se pueden apreciar en las tablas de análisis que aparecen en el Análisis Descriptivo No. 9 en la página anterior y en la Infografía No.4.1.

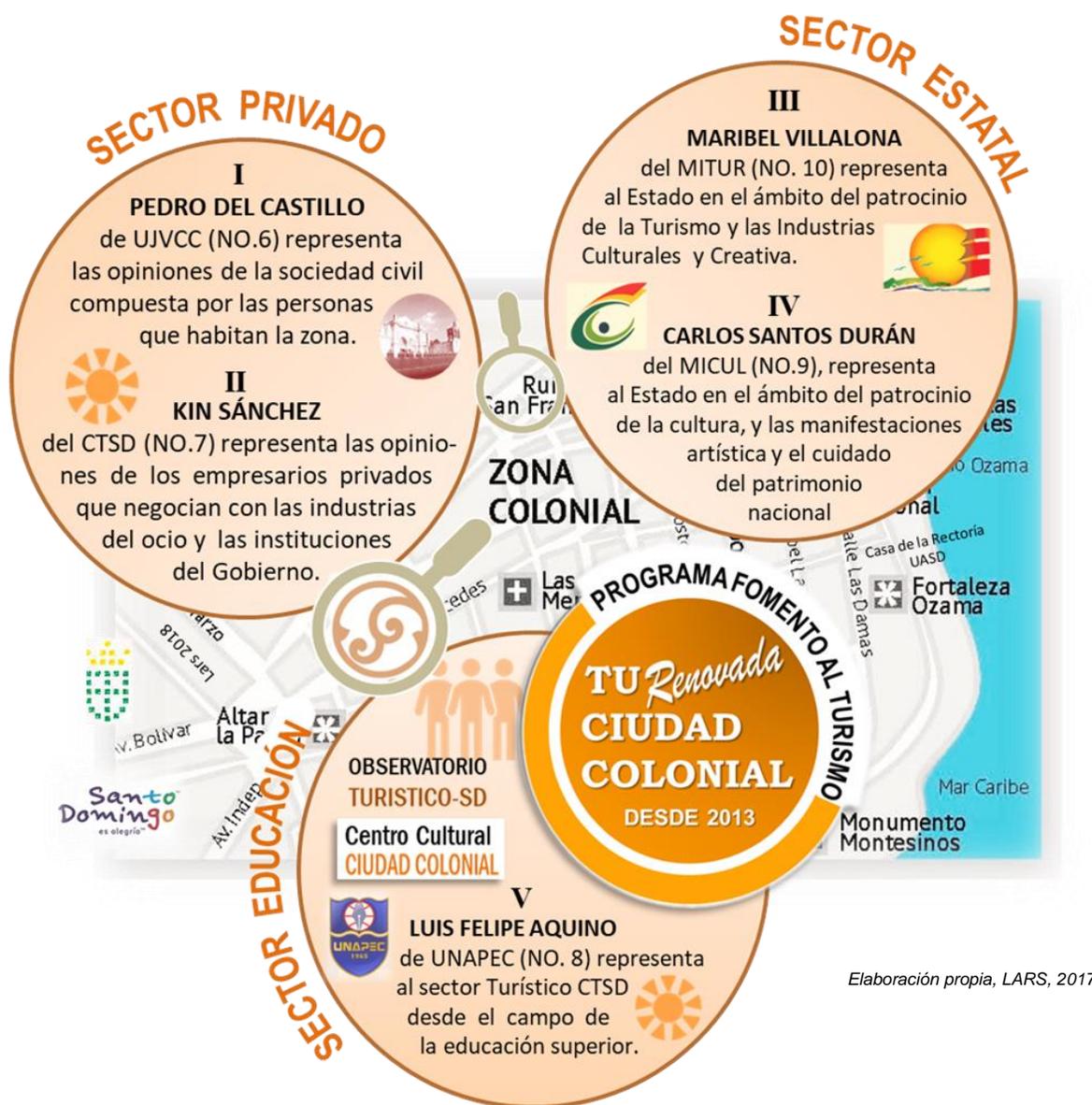
En las páginas siguientes exponemos los cuadros de análisis descriptivos de las entrevistas, y las interpretaciones emanadas de las informaciones que aportaron los testigos privilegiados, las mismas están contenidas en apartados identificados con los siguientes epígrafes:

UNIDAD I. CONOCIMIENTO DE LOS CONCEPTOS: MECENAZGO Y PATROCINIO

UNIDAD II. CONOCIMIENTO DE POLÍTICAS PÚBLICAS SOBRE LA CULTURA DEL OCIO

UNIDAD III. CONOCIMIENTO DE LOS CONCEPTOS DE TIEMPO LIBRE Y OCIO

UNIDAD IV. VINCULACIÓN: PATROCINIO DEL OCIO EN LA CREACIÓN DE MARCA PAÍS



INFOGRAFÍA NO. 4.1. ÁREAS DE ACCIÓN DE LOS TESTIGOS PRIVILEGIADOS.

ACLARACIÓN: Es necesario explicar que en el Sector Educación no se incluyó la Universidad Autónoma de Santo Domingo, (UASD) a pesar de ser la institución de educación superior con mayor presencia en toda la isla, las más antigua desde 1538 y la que tiene en su responsabilidad por ser Estatal, recibir a todos los dominicanos que requieran una profesión a nivel superior. También a pesar de tener en la Zona Colonial un espacio histórico que se identifica como la Casa de la Rectoría, una Facultad de Artes donde se oferta carreras relacionadas con las Industrias Culturales y Creativas, y de ser una de las primeras IES que oferta la carrera de turismo. No se incluyó en este grupo para ser consultada como institución, dado que en el momento que se hizo esta investigación no tenía presencia en el desarrollo de la Ciudad Colonial. Pero, si se consultó a un grupo de sus profesores a través de una mesa de discusión sobre el ocio en la sociedad dominicana. Sus informaciones sirvieron como referentes para confirmar la visión que tienen los docentes sobre el ocio, los datos aportados ayudaron en las conclusiones de esta investigación.

## UNIDAD I. CONOCIMIENTO DE LOS CONCEPTOS: MECENAZGO Y PATROCINIO

CUADRO ANALÍTICO NO.01

ITEM NO. 1				
<i>¿Esta institución se dedica básicamente a las prácticas de caridad, mecenazgo o filantropía?</i>				
TESTIGOS	RESPUESTAS			
	CARIDAD	MECENAZGO	FILANTROPIA	ANÁLISIS INTERPRETATIVO
I.- Pedro Del Castillo	X	---	X	El señor del Castillo al escoger esas dos respuestas dio a entender: <b>que la Junta de Vecinos practican actividades caritativas y filantrópicas.</b>
II.- Kin Sánchez	---	---	---	<b>ACLARACIÓN: No escogió de las respuestas que le ofrecimos, pero la definió con estas palabras: "Esto es una asociación de instituciones que colaboran entre sí para que el turismo florezca en todo Santo Domingo, y trabajan como una especie de patronato, porque reúne a los hoteleros, transportistas, guía, los ministerios de Turismo y el de Cultura".</b>
III.- Maribel Villalona	---	---	---	<b>ACLARACIÓN: No se le formuló esta pregunta,</b> preferimos enfatizar en la próxima (item no. 2), pues de antemano sabíamos que no aplica de todo, el tipo de proyecto que ella dirige está adscrito al gobierno.
IV.- Carlos Santos Durán	---	---	---	<b>ACLARACIÓN: Para este funcionario público no aplica esta pregunta,</b> pues el ministerio representa Cultura, es una institución creada para difundirla cuidarla y patrocinarla. Así que es todas según las leyes RD.
V.- Luis Felipe Aquino	X	X	X	<b>"La Universidad es un poco cada uno de los rangos que me presenta, pero en sí, y en el estricto significado de esta labor hace de mecenas, al patrocinar exposiciones y presentaciones artísticas y científicas en sus instalaciones, siempre que los fondos se lo permitan".</b> Dijo el Lic. Aquino.

CUADRO ANALÍTICO NO. 02

ITEM NO. 2				
<i>¿O sea que, el conjunto de las actividades que realiza la institución las considera en sentido general como patrocinio?</i>				
TESTIGOS	RESPUESTAS			ANÁLISIS INTERPRETATIVO
	SI, ES PATROCINIO	NO, LO CONSIDERO	NO SABE	
I.- Pedro del Castillo		X		<i>"No nosotros no patrocinamos, es a nosotros que hay que patrocinamos, pues siempre estamos cortos de fondos". Eso dejó dicho en nuestra conversación.</i> <b>ACLARACIÓN: En la observación de sus actividades vemos que realmente son facilitadores del desarrollo de la Ciudad Colonial.</b>
II.- Kin Sánchez	X			El señor Sánchez afirmó: <b>Que patrocinan todo lo que ayude a desarrollar los negocios y empresas de la zona,</b> en especial las que están el Clúster Turístico. Se refirió a Casa de Teatro en la figura de su director <i>Freddy Ginebra</i> como mecenas, "...pues él reparte todo lo que le dan sus amigos dueños de negocios y empresas", ofreciendo cursos de arte, literatura y ayuda a los artesanos de la ciudad. Promueve concursos de literatura, le da ayuda y facilidades de espacio a los músicos, cantantes y teatristas.
III.- Maribel Villalona	X			<b>ACLARACIÓN: Ayudar se entiende aquí como patrocinar el progreso desde el Estado dominicano.</b> En sus discursos y declaraciones, la Arq. Villalona habla de que el Gobierno del presidente Danilo Medina está ayudando a la comunidad con el proyecto de rescate de la Ciudad Colonial. Los datos del turismo así lo confirman.
IV.- Carlos Santos Durán	X			<b>Patrocinio gubernamental según su misión, visión y propósitos.</b> Lo intuimos en lo expresado por el ministro Santos: <i>"Su naturaleza es contribuir con el cumplimiento de la Constitución de RD y las leyes en cuanto a promover la cultura".</i>
V.- Luis Felipe Aquino	X			El Mtro. Aquino dijo que la universidad es una intermediaria, <i>"Lo que recibe de empresarios y del Gobierno lo traspasa a la comunidad, a través de facilidades para promover la educación".</i> <b>NOTA: Lo consideramos como Patrocinio Privado, Responsabilidad Social Institucional.</b> (ver su misión, visión y propósitos).

CUADRO ANALÍTICO NO. 03				
ITEM NO. 3				
<i>¿Cuál de estos tipos de Patrocinio: <u>altruista</u>, <u>comercial</u>, <u>religioso</u> su institución apoya más?</i>				
TESTIGOS	RESPUESTAS			
	ALTRUISTA	COMERCIAL	RELIGIOSO	ANÁLISIS INTERPRETATIVO
I.- Pedro del Castillo	X	----	X	<b>En nuestros encuentros dejó saber que trabajan sin interés mercantil:</b> "Nosotros estamos aquí solo para ayudar a la gente, por eso cada presidente de cada junta debe hacer lo mismo por sus gentes". No compran ni venden nada, no hacen negocio.
II.- Kin Sánchez	X	----	X	"Aquí se trabaja con todo el que quiera promocionar el turismo no solo de la zona colonial, sino también todo Santo Domingo", <b>respondió el entrevistado a este ítem.</b> "No somos una institución que se dedica a comercializar sus servicios".
III.- Maribel Villalona	X	----	X	"Todas...Ahora es que estamos evaluando las propuestas de las juntas de vecinos y ellos son los que deciden qué quieren". Aunque no hacemos negocio, estamos acondicionado la ciudad colonial para que la población sea la que lo haga. <b>Fue su expresión en los encuentros que asistí entre los meses agosto y septiembre.</b>
IV.- Carlos Santos Durán	X	----	X	El MICUL, a través de sus programas de convocatorias de los proyectos culturales y de los fondos para el apoyo de la cultura, patrocina todo tipo de evento que vayan en pro del desarrollo humano, sin entrar en el área de los negocios de la empresa como tal, sino más bien, del desarrollo de las Artes.
V.- Luis Felipe Aquino	X	----	X	<b>Con esta afirmación:</b> "Tengo que decirte que represento varios sectores dentro del sector turístico, soy miembro del Clúster y la Bolsa de Turismo donde represento el sector de la educación y como maestro, tengo que ser caritativo, ser instructor para enseñar cómo funciona el negocio del turismo y con lo religioso, hay que tomarlo en cuenta es parte de la cultura de todo humano".

CUADRO ANALÍTICO NO. 04							
ITEM NO. 4							
<i>¿En cuáles de estas áreas de esparcimiento la entidad apoya con más frecuencia?</i>							
TESTIGOS	RESPUESTAS						Continua...
	1.-FIESTAS PATRIAS	2.-CELEBRACIONES RELIGIOSAS	3.-PRÁCTICAS DEPORTIVAS	4.- JUEGOS COMPETITIVOS	5.-PROGRAMAS DE TELEVISIÓN	6.- PELÍCULAS	ANÁLISIS INTERPRETATIVO
I.- Pedro del Castillo	X	X	X	----	----	----	Los ministerios y el sector de educación patrocinan: del 1 al 6, mientras la junta de vecino y el CTSD solo promueve: las 3 primeras vertientes del ocio
II.- Kin Sánchez	X	X	X	----	----	----	
III.- Maribel Villalona	X	X	X	X	X	X	
IV. Carlos Santos D.	X	X	X	X	X	X	
V.- Luis F. Aquino	X	X	X	X	X	X	
TESTIGOS	RESPUESTAS						Continua...
	7.- PROGRAMAS RADIALES	8.- OBRAS TEATRALES	9.- ESPECTÁCULOS DE GRUPOS MUSICALES	10.-CONCURSOS CULTURALES,	11.- PASES DE MODAS	12.- EXPOSICIONES DE OBRAS PLÁSTICAS	ANÁLISIS INTERPRETATIVO
I.	(- o +)	X	X	X	(- o +)	X	Todos cumplen del 7 al 12, excepto los que aparecen con (- ó +) pues lo han hecho o piensan hacerlo.
II.	X	X	X	X	X	X	
III.	(- o +)	X	X	(- o +)	X	X	
IV.	X	X	X	X	X	X	
V.	(- o +)	X	X	X	X	X	
TESTIGOS	RESPUESTAS						...fin del ítem No. 4
	13.- AGRO TURISMO	14.-TURISMO RURAL	15.- TURISMO ECOLÓGICO	16.- TURISMO DE SALUD	17.-TURISMO SOL Y PLAYA	18.- OTRO	ANÁLISIS INTERPRETATIVO
I.	NO	NO	NO	NO	NO	<i>Solo en la Zona</i>	La Junta de Vecinos no promueve los del 13 al 17. En la Movilidad estudiantil se promueve el turismo de viaje y el cultural.
II y III	El MUTUR, si apoyan todos tipo de turismo y CTSD no hasta ahora no apadrina los 4, 5, y 6					<i>Turismo de Congresos</i>	
IV	Si hay manifestaciones culturales dentro del tipo de turismo, tales como fiestas, o difusión del arte el MICUL las apoya.						
V	Desde el sector educación se promueve del 13 al 17, en sus programas de extensión.					<i>Turismo Cultural</i>	

## UNIDAD II. CONOCIMIENTO DE POLÍTICAS PÚBLICAS SOBRE LA CULTURA DEL OCIO

CUADRO ANALÍTICO NO. 05

ITEMS NO. 5 Y 5.1.

*¿Cuánto tiempo tiene la institución que usted representa ofreciendo servicios de recreación?  
¿Tiene datos sobre los resultados alcanzados?*

TESTIGOS	RESPUESTAS	
	TIEMPO FUNCIONADO	ANÁLISIS INTERPRETATIVO
I.- Pedro del Castillo	18 años	<b>Sobre el ítem No. 5.1. el señor Castillo dijo:</b> "No los tenemos cuantificados, solo están ahí, en los periódicos. Los mejores testigos son las personas que reciben apoyo... Algunas de las actividades las publicamos en el Facebook". <b>Por esta esas vía completamos las informaciones necesarias para esta entrevista.</b>
II.- Kin Sánchez	11 años	<b>Sobre el ítem No. 5.1. el señor Sánchez dijo</b> "Sí, hay mucha información en la página web. Y tenemos revistas publicadas en las que ofrecemos datos a toda la población que la requiera..." <b>Las cuales consultamos y fueron de mucha utilidad para esta tesis.</b>
III.- Maribel Villalona	1 años	<b>Sobre el ítem No. 5.1. se encontró suficiente información en la prensa y el portal del MITUR. ACLARACIÓN:</b> Esta respuesta la obtuvimos en las declaraciones y notas de prensa que la oficina del PFTCC-SD emite para mantener informado a la población. En el MITUR la Arq. Villalona tiene trabajando más de cinco años los cuales o precisamos. Pero el Centro Comunitario tiene sirviendo un año desde abril del 2017, al cierre de esta tesis el 2018.
IV.- Carlos Santos Durán	18 años.	<b>El viceministro Santos agrego</b> "Más que recreación, el MICUL trabaja en la protección y construcción de la cultura". Y <b>sobre el ítem no. 5.1. dijo:</b> "...que hay mucha información desde cuando eran un consejo presidencial de cultura..." <b>como en efecto contactamos en fuentes periodísticas y en su portal institucional y otros dedicados a la cultura dominicana.</b>
V.- Luis Felipe Aquino	30 años	<b>UNAPEC. Es una institución educativa, aunque ofrece a los estudiantes posibilidades para practicar el deporte y la cultura, su razón de ser es la educación que en el caso de nuestro decanato oferta las carreras de Administración Turística y Hotelera desde 1987. Fue la primera oferta de Licenciatura en Turismo impartida en el país, la cual fue mejorada en 1992, cuando se le incorporó la Hotelaría, pasando a tener el nombre que ahora lleva. Y Ahora estamos en revisión para actualizar la oferta curricular, conforme la demanda de los países que con frecuencia nos visitan.</b>

CUADRO ANALÍTICO NO. 06

ITEMS NO. 6, 6.1 Y 6.2.

*- ¿Cuáles de los ministerios del país cree que están más vinculados con la cultura del ocio?  
- ¿Cree que los ministerios promueven un uso correcto del tiempo libre y el ocio en el país?  
- ¿Por qué usted opina eso?*

TESTIGOS	RESPUESTAS	
	ANÁLISIS INTERPRETATIVO	
I.- Pedro del Castillo	<b>En sus respuestas el señor Castillo informo:</b> "No lo tengo claro, pero el que representa la Arq. Maribel es al Ministerio de Turismo, creo que el ayuntamiento y otras oficinas están relacionadas con la intervención de la Zona (...) aunque deberían trabajar más rápido..." <b>con estas palabras reconoció que es el MITUR y otras instituciones que no recordó.</b>	
II.- Kin Sánchez	<b>ACLARACIÓN:</b> sus respuestas las ofreció no como ocio, pero sí en sus funciones. El señor Sánchez indicó que los ministerios vinculados a la cultura son: "el de Turismo, de Cultura, de Medio de Ambiente y la Alcaldía del Distrito Nacional, son miembros de Clúster Turístico y como tales tienen en sus principios trabajar por el disfrute de la cultura de los ciudadanos. también cree que en sus actividades promueven el uso del tiempo libre, (vacaciones, recreación, en días feriados...)".	
III.- Maribel Villalona	<b>ACLARACIÓN:</b> La Arq. Villalona al igual que el Sr. Kin ofreció sus respuestas no como ocio, los hizo al informar que: "...son muchas las instituciones no solo del estado las que están en esto de ayudar al desarrollo de la Ciudad Colonial y de ayudar a que el pueblo pueda tener disfrutar sus espacios cuando lo deseen, los ministerios que trabajan en lograr que los espacios estén adecuados para la ciudadanía son los de Turismo, de Cultura, de Medio Ambiente, la Alcaldía Distrito Nacional".	
IV.- Carlos Santos Durán	<b>ACLARACIÓN:</b> En sus múltiples declaraciones pudimos ver las respuestas a estos ítems, por eso las mismas no se formularon. Las informaciones se tomaron de lo que en esos momentos él ha expuesto y del Portal del MITUR. <b>El Vice Ministro del creer que el suyo es el que más apoya la cultural, pues de hecho ha sido creado para tales fines y son los que se consignan en sus misión, visión y propósitos, que de manera general es el de crear bienestar cultural y proteger el patrimonio dominicano.</b>	
V.- Luis Felipe Aquino	<b>El Mtro. Aquino en varias ocasiones refirió que cree que el Estado es el principal responsable del bienestar de la población y responsabiliza de la facilitación del ocio a los ministerios de Cultura y Turismo, "aunque no están trabajando conjuntamente como debería ser" reafirmo. Con relación a que, si los ministerios promueven correctamente el uso del tiempo libre y el ocio, dijo:</b> "Formalmente creo que no, aunque si de manera indirecta a través del turismo, las diferentes fiestas y actividades que en nuestro país son ricas y muchas".	

CUADRO ANALÍTICO NO. 07

ITEM NO. 7		
<i>¿Cuáles eventos culturales relacionados con el ocio de los realizados por el Estado, usted puede decir que han promovido las buenas costumbres en el país?</i>		
TESTIGOS	RESPUESTAS	
	NOMBRE O DESCRIPCIÓN DEL EVENTO	ANÁLISIS INTERPRETATIVO
I.- Pedro del Castillo	<i>"Las fiestas patrias, el carnaval, las procesiones religiosas..., pero debe ser controlado para que "los tiguere" no hagan de las suyas",</i>	<b>(ACLARACIÓN: Cuando dice "tiguere" se refiere a delinquentes)</b>
II.- Kin Sánchez	<i>"El carnaval, sobre todo el que estamos promoviendo en la Zona Colonial, y los encuentros musicales de Bonge"</i>	<b>"Lolito fochón" es el personaje que se ha rescatado. Una especie de bufón de origen esclavo de la época Colonial. Además, en estos festivales se presentan comparsas disfrazadas a las usanzas de la antigua ciudad.</b>
III.- Maribel Villalona	<i>"La noche de los museos, la noche de jazz, los conciertos de merengue en la Plaza de España muestra de artesanía y otros más."</i>	<b>ACLARACIÓN: Estos son eventos patrocinados por el Gobierno central a través del Programa de Formación de Turismo para la Ciudad Colonial.</b>
IV.- Carlos Santos Durán	<i>"La feria del libro, las convocatorias de proyectos culturales, la celebración de la bienal de Artes plásticas, la celebración del carnaval y las fiestas patria entre otras"</i>	<b>La feria del libro es una de las actividades que, aunque no se hace en la CC-SD, influye, pues las librerías han ido cerrando sus puertas, lo que ha permitido que se redefinan, como el caso de algunas que se han abierto en la ciudad con un concepto diferente, ejemplo: Mamey Librería, Café y Galería de Arte.</b>
V.- Luis Felipe Aquino	<i>"Creo que todos los que se están promocionando en la Ciudad Colonial, mi familia y yo somos usuario de la Zona Colonial".</i>	<b>EL Lic. Aquino afirma: "Todo lo que hace el Ministerio de Cultura, y el Ministerio de Turismo promueve y afecta a la población en el fortalecimiento de las buenas costumbres, solo hay que poner más seguridad..."</b>

CUADRO ANALÍTICO NO. 08

ITEM NO. 8				
<i>¿Cree usted que la Constitución garantiza el tiempo libre y el ocio de los ciudadanos?</i>				
TESTIGOS	RESPUESTAS			
	1.- SI	2.- NO	3.-NINGUNA	ANÁLISIS INTERPRETATIVO
I.- Pedro del Castillo	X			<b>Los entrevistados dicen reconocer que la Constitución garantiza el tiempo libre, sin embargo, las breves opiniones como las siguientes no fueron categóricas. Los números de leyes fueron incluidas por nosotros, pues al momento de la entrevista no recorren ningunas.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• "Si hay garantía, este es uno de los países de Latinoamérica con más días feriados"</li> <li>• "Hay leyes que regula los días feriados" (Ley No. 139-97 sobre los días festivos)</li> <li>• "Tuviéramos mejor ocio, si respetáramos más el entorno y el medio ambiente, y las leyes, pero hay mucha gente que no respeta las leyes", (La Ley No. 41-00 que crea la Secretaria de Estado de Cultura).</li> </ul>
II.- Kin Sánchez	X			
III.- Maribel Villalona	X			
IV.- Carlos Santos Duran	X			
V.- Luis Felipe Aquino	X			

CUADRO ANALÍTICO NO. 09

ÍTEMS NO. 9 Y 9.1.				
<i>¿Cree que hay leyes creadas especialmente para la práctica del ocio en el país? ¿Puede mencionar algunas de esas leyes que difunden el ocio?</i>				
TESTIGOS	RESPUESTAS			
	1.- SI	2.- NO	ANÁLISIS INTERPRETATIVO	
I.- Pedro del Castillo	X		<b>Las respuestas positivas hacen una confirmación al Ítem No. 9 sobre la Constitución y las leyes relacionadas con el trabajo y el tiempo libre para el descanso coligando en la ley laboral, la celebración de fiestas religiosas y patrias.</b>  <b>Con relación a Ítems No.9.1 los entrevistados hablaron de reglamentos vinculados a algunas leyes que ayudan al desarrollo del turismo, y a celebraciones culturales en el país. Todos conocen la existencia de una propuesta de ley de mecenazgo, Incluso, el ministro Santos Duran, fue uno de sus artífices, informó: "Esa ley ha dado brega, se ha cambiado varias veces y hay personas que no quieren que salga...Se sienten cómodos con la Ley General de Cultura, la misma que permitió en la transformación del Consejo Presidencial de Cultura, en la Secretaria de Estado de Cultura a través de la Ley No. Ley 41-00, de fecha 28 de junio del año 2000, y que luego fue cambiada a Ministerio de Cultura mediante la ley 56-10".</b>	
II.- Kin Sánchez	X			
III.- Maribel Villalona	X			
IV.- Carlos Santos Duran	X			
V.- Luis Felipe Aquino	X			

CUADRO ANALÍTICO NO. 10		
ÍTEM NO. 10		
<i>¿Cuánto conocen de la ley de Mecenazgo y la Ley de Cine?</i>		
TESTIGOS	RESPUESTAS	
	LEY DE MECENAZGO	LA LEY DE CINE
I.- Pedro del Castillo	"Sé que hay una que aún no ha pasado"	"Esta es una buena ley que está ayudando a los amantes del cine"
II.- Kin Sánchez	"...ojalá y la aprueben..."	"Muy buena ley que está dejando dividendos a quienes están en el negocio"
III.- Maribel Villalona	"Buena ley, pero no conozco de su aprobación"	"No mucho, solo sé que ha sido exitosa"
IV.- Carlos Santos Durán	"...Conozco todo, pues yo fui de los iniciadores en la redacción del proyecto de ley, desde hace más de siete años. Cuando lo que había era un Consejo Presidencial de Cultura".	"Esa es una Ley muy atinada que ha ayudado a muchas empresas de manera económica y a personas que viven del cine, pero me hubiera gustado que se aprobara la de mecenazgo que fue primero que esta, pero los intereses se hicieron valer".
V.- Luis Felipe Aquino	"Conozco muy poco, solo que existe, pero no tengo idea de qué suerte ha seguido esa ley de promoción cultural"	"De esta ley no conozco mucho, pero sí sé que ha sido exitosa su aplicación. Incluso en UNAPEC se está estudiando implementar una carrera de cinematografía, lo que quiere decir que esta ley ha sido exitosa en su aplicación".
ANÁLISIS INTERPRETATIVO		
<p>Simplemente se puede decir que "La Ley de Mecenazgo no tiene dolientes", pues los legisladores alegan que el Estado dejará de recibir ingresos. Los diputados y Senadores no ven que la inversión en la Industrias Culturales y Creativa es rentable, como lo afirman los reportes internacionales de cultura. Es por lo que el MICUL, está trabajando en seguir desarrollado la Cuenta Satélite de Cultura, la cual permitirá demostrar la rentabilidad de los servicios que proporcionan los momentos de ocio y los productos artísticos (espectáculos, artes visuales, artesanías etc). En eso coincidieron los cinco entrevistados.</p>		

CUADRO ANALÍTICO NO. 11		
ÍTEM NO. 11		
<i>¿En qué ayudarían esas leyes en la Ciudad Colonial de Santo Domingo?</i>		
TESTIGOS	RESPUESTAS	
	LEY DE MECENAZGO	LA LEY DE CINE
I.- Pedro del Castillo	"Creo que ayudaría a fortalecer y hacer crecer la zona"	"La ley de cine, es importante en el desarrollo cultural en la Zona Colonial hay uno en la zona y se necesitan más..."
II.- Kin Sánchez	"Sería de gran ayuda, si estuviera en función"	"...creo que en las filmaciones de época estos espacios ayudan, Te recuerdo que, aquí en las Mercedes se filmó el Padrino..."
III.- Maribel Villalona	"Ayudaría a los comunitarios a desarrollar sus proyectos y nosotros apoyamos que se apruebe"	"Sería bueno desarrollar algún proyecto relacionado con el cine aquí en la Ciudad Colonial, creo que la DGCINE, apoyaría cualquier propuesta vinculada a la ciudad".
IV.- Carlos Santos Durán	"Ayudaría como tu bien saber, pues al desarrollo de la cultura y el patrimonio, es una lástima que aún no se apruebe"	"...Está ayudando bastante, pues en la última encuesta sobre consumo cultural patrocinada por el MICUL, salió a relucir que el cine tiene el índice de mayor consumo por los dominicanos"
V.- Luis Felipe Aquino	"De la Ley de Mecenazgo y de la de la Ley de Cine no soy un experto, solo puedo decirte que las leyes que tenemos en el país han ayudado a que la ciudad esté en el sitio en que está. Si se aprueban y se aplican de manera eficiente la Zona Colonial crecerá enormemente, pero lo haría más rápido si se mejora la seguridad y el mantenimiento. Y esto se hace en consenso con las comunidades, transparentando los recursos".	
ANÁLISIS INTERPRETATIVO		
<p>Los entrevistados están de acuerdo en que las leyes ayudan en el desarrollo de la Ciudad Colonial, pero el darla a conocer y hacerla cumplir es lo que hará que la Zona sea un verdadero tesoro, "De qué vale tener algo que vale oro y no poder mostrarlo o usarlo" en eso están todos de acuerdo igual que otra frase que salió a relucir mientras conversaba con los comunitarios en una de sus reuniones a la que asistí: "Para qué queremos bacinilla de oro, para orinar sangre". Haciendo alusión a la falta de control de la delincuencia menor como: rateros, carteristas, enajenados mentales caminando sin rumbo por el sector y otras graves como las que provocan muertes, que no son tan frecuentes en la Zona, pero que cuando ocurren afectan el desarrollo del turismo. (ocio, recreación...)</p>		

## UNIDAD III. CONOCIMIENTO DE LOS CONCEPTOS DE TIEMPO LIBRE Y OCIO

CUADRO ANALÍTICO NO. 12

ÍTEM NO. 12.

*¿Cree usted que el mal comportamiento de los dominicanos se debe a un mal uso del tiempo libre, a un mal manejo de la recreación?*

TESTIGOS	RESPUESTAS		
	MAL USO DEL TIEMPO LIBRE	MAL MANEJO DE LA RECREACIÓN	ANÁLISIS INTERPRETATIVO
I.- Pedro del Castillo	X	X	Todos los entrevistados coincidieron en que las dos variables inciden en el comportamiento de los dominicanos, a esto le agregan la deficiente educación de hogar y las que reciben en las instituciones de educación.
II.- Kin Sánchez	X	X	
III.- Maribel Villalona	X	X	
IV.- Carlos Santos Durán	X	X	
V.- Luis Felipe Aquino	X	X	

ÍTEM NO. 12.1.

*¿Todos los dominicanos pueden tener un momento de ocio cuando lo deseen?*

TESTIGOS	RESPUESTAS		ANÁLISIS INTERPRETATIVO
	1.- SI	2.- NO	
I.- Pedro del Castillo	X		Se dice que los dominicanos tienen tiempo para todo, "hasta para vagar", es decir que reconocen que los disponen de tiempo para sus momentos de ocio, pues cuando llega un fin de semana largo, por algún feriado, los habitantes de Santo Domingo proceden a irse a sus lugares de origen, (provincia natal) a pasar sus vacaciones, o celebrar con sus familias que no veían, o para hacer lo que les plazca. Los que se quedan en la ciudad también encuentra actividades de todos tipos. El ayuntamiento del -DN, prepara espacios para que los comunitarios vayan a recrearse en familia, Ejemplo: Los centros de recreo y piscina que se instalan en el Malecón de Santo Domingo en Semana Santa, los desfiles de carnaval, en donde sus organizadores se pasan todo un año en preparación y disfrutan al ser participantes en algunas comparsas, carroza alegórica o disfraz en solitario, la semana del Merengue o la noche de los museos entre otros.
II.- Kin Sánchez	X		
III.- Maribel Villalona	X		
IV.- Carlos Santos Durán	X		
V.- Luis Felipe Aquino	X		

ÍTEM NO. 12.2.

*¿Quiénes pueden practicar un momento de ocio?*

TESTIGOS	RESPUESTAS			ANÁLISIS INTERPRETATIVO
	SOLO LOS RICOS	LOS QUE HAN AHORRADO	TODO EL MUNDO	
I.- Pedro del Castillo		X	X	Todos los entrevistados aseguraron que todas las personas pueden practicar momentos de ocio, pero sobre todas aquellas que ahorran dinero, y no lo practican por falta de tiempo, sino porque no saben planificarse.
II.- Kin Sánchez		X	X	
III.- Maribel Villalona		X	X	
IV.- Carlos Santos Durán		X	X	
V.- Luis Felipe Aquino		X	X	

ÍTEM NO. 12.3.

*¿Cree usted que el ocio es...?*

TESTIGOS	RESPUESTAS			ANÁLISIS INTERPRETATIVO
	NEGATIVO	POSITIVO	NO SABE	
I.- Pedro del Castillo	X	X		Los entrevistados identificaron que el ocio puede ser para bien o para mal, no argumentaron mucho, pues solo se refirieron a la ociosidad y a la vagancia cuando se tiene tiempo y no se sabe qué hacer. Lo que nos indicó, que se necesita instrucción sobre cómo manejar el ocio para lograr mejorar como ser humano.
II.- Kin Sánchez	X	X		
III.- Maribel Villalona	X	X		
IV.- Carlos Santos Durán	X	X		
V.- Luis Felipe Aquino	X	X		

CONTINUACIÓN DEL CUADRO ANALÍTICO NO. 12			
ÍTEM NO. 12.4.			
<i>¿A qué usted atribuye el uso negativo del ocio?</i>			
TESTIGOS	RESPUESTAS		
	CAUSAS	CONSECUENCIAS	ANÁLISIS INTERPRETATIVO
I.- Pedro del Castillo	<i>"No se educa y no se les ofrece una ocupación técnica a los muchachos que delinquen"</i>	<i>"Incrementa la delincuencia y promueve la intranquilidad de la gente que vive y hace turismo..."</i>	El Sr. Castillo, como dirigente comunitario, dejó ver en su respuesta su preocupación por la necesidad de educar mejor a nuestros hijos e hijas.
II.- Kin Sánchez	<i>"A la falta de espacios culturales y apoyo económico para que quienes viven en los barrios que están al norte de la ciudad se ocupen de actividades productivas."</i>	<i>"Criminalidad e intranquilidad en la Ciudad Colonial..."</i>	El Sr. Sánchez también cree en la educación como medio para seguir creciendo, pero argumenta que hay que buscarle "cosas que hacer mientras tanto llega esa instrucción reformadora".
III.- Maribel Villalona	<i>"A la falta de trato familiar y de conciencia".</i>	<i>"No saben aprovechar las oportunidades, a uno que identificamos robando lamparas, le dimos una oportunidad y le conseguimos trabajo y lo dejó para seguir robando".</i>	La Arq. Villalona afirmó que quienes hacen daño en la zona es porque no tienen conciencia de que es a ellos mismos que se perjudican.
IV.- Carlos Santos Durán	<i>"Menoscabo de cultura, falta de propuestas sanas, creación y rescate del espacio que la gente necesita para crecer en familia".</i>	<i>"Se que eventualmente iremos eliminando la brecha entre los que tienen la posibilidad de tiempo libre para sus momentos de ocio y los que no, que son los más y los que necesitan más".</i>	El MICUL es una de las instancias gubernamentales que recibe menos presupuesto del Estado, si se le asignará lo adecuado, haría más por el desarrollo de la cultura del país.
V.- Luis Felipe Aquino	<i>"La mala distribución económica..."</i>	<i>"...trae consigo la pérdida de oportunidades de desarrollo y eso hace que la desigualdad crezca entre la gente".</i>	El Lic. Aquino, cree que el ocio es más positivo que negativo, y lo reafirma al decir que se hace más positivo siempre que se sepa qué se quiere de la vida.

FOTOGRAFÍA No. 4.3. TESTIGOS PRIVILEGIADOS RELACIONADOS CON EL PFTCC-SD. Sus nombres se encuentran en el orden en que están en la columna de la izquierda. (I, II, III, IV, V).

(fotomontaje realizado para esta tesis, 2018).

## UNIDAD IV. VINCULACIÓN: PATROCINIO DEL OCIO EN LA CREACIÓN DE MARCA PAÍS

CUADRO ANALÍTICO NO. 13

ÍTEM NO. 13

*¿Cree que la institución con sus patrocinios contribuye a la construcción de la Marca País en R.D.?*

TESTIGOS	RESPUESTAS			ANÁLISIS INTERPRETATIVO
	1.-SI	2.-NO	3.-NINGUNA	
I.- Pedro del Castillo	X			Los entrevistados al responder afirmativamente demuestran estar de acuerdo con que las instituciones que tienen a su cargo ayudan en esta tarea, que dicho por el Mtro. L.F. Aquino, "Nuestra Marca País está aún en construcción, y lo está porque somos una rica mezcla de costumbres, somos sancocho, ron, playa, bachata, merengue y más..." es una afirmación que los demás comparten, pues reconocen que lo que hacen desde sus instituciones es apoyar al turismo, la cultura y las artes, con la que se construye y proyecta la dominicanidad.
II.- Kin Sánchez	X			
III.- Maribel Villalona	X			
IV.- Carlos Santos Durán	X			
V.- Luis Felipe Aquino	X			

ÍTEM NO. 13.1

*¿Cuándo se comenzó a construir una Marca País en Dominicana?*

TESTIGOS	RESPUESTAS						ANÁLISIS INTERPRETATIVO
	RECIENTE (5 AÑOS)	A PRINCIPIO DEL SIGLO XXI	1990	1980	1970	1960	
I.- Pedro del Castillo				X			Sobre la fecha del inicio de la construcción de la Marca País las opiniones fueron diversas, coincidiendo en la década del 90 fecha en la que se declaró Patrimonio de la Humanidad a la Ciudad Colonial de Santo Domingo. Pero es desde el 2011 que se están haciendo esfuerzos, ver portal CEI-RD.
II.- Kin Sánchez		X			X		
III.- Maribel Villalona			X				
IV.- Carlos Santos Durán			X				
V.- Luis Felipe Aquino			X				

ÍTEM NO 13.2.

*¿Cuáles son los elementos de la cultura que se están utilizando para construir esta Marca País?*

TESTIGOS	RESPUESTAS			ANÁLISIS INTERPRETATIVO
	AUTÓCTONOS	FORÁNEAS		
I.- Pedro del Castillo	<i>Las fiestas religiosas,</i>	Fueron consistente, unos dieron más detalles que otros, los cuales no incluimos aquí porque abrían otro espacio de discusión, sobre la dominicanidad y la marca país. Y ese no es el objeto de estudio, por tanto, lo dejamos para una futura investigación.		No se refirieron a ningunas influencias foránea en particular. Pero si todos, se refirieron a que somos un "crisol de razas y costumbres", "que nuestra madre patria es África para uno y España para otros". Lo cierto es que también tenemos herencias asiáticas y de los primeros habitantes de la isla. El viceministro Santos, se refirió someramente sobre la transculturización al hablar de las influencias de la cultura norteamericana, europea y la africana, pero no profundizó.
II.- Kin Sánchez	<i>El Merengue, Bachata, Son, El Carnaval, La Historia</i>			
III.- Maribel Villalona	<i>El Turismo Cultural, la Arquitectura,</i>			
IV.- Carlos Santos Durán	<i>El Merengue, La Bachata, El Carnaval, La Historia de primicias en suelo dominicano</i>			
V.- Luis Felipe Aquino	<i>Turismo de Sol y Playa, la Gastronomía, la Ecología, Turismo de Salud</i>			



Organismos Estatales trabajan en la creación de la Marca-País para República Dominicana vinculada a las industrias turísticas.  
<http://www.almuerzodenegocios.com/organismos-estatales-trabajan-en-la-creacion-de-la-marca-pais-para-republica-dominicana/>

CUADRO ANALÍTICO NO. 14				
ÍTEM NO. 14.				
<i>¿La institución que usted dirige lo hace desde el concepto Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o Márquetin Social?</i>				
TESTIGOS	RESPUESTAS			
	1.-SI	2.-NO	3.-NIGUNA	ANÁLISIS INTERPRETATIVO
I.- Pedro del Castillo	X			<i>"Eso está dentro de nuestro propósito como institución civil, que es servir a la ciudadanía"</i>
II.- Kin Sánchez	X			<i>Como te dije: "...esta institución está conformada por un grupo de empresas que tienen la función de hacer negocio con el turismo, este Clúster lo que hacer es vincularse con la sociedad para mejorar el entorno a través de actividades que sí se podrían ver como tú dices: "responsabilidad social".</i>
III.- Maribel Villalona	----	ACLARACIÓN: Esta pregunta no se formuló a los entrevistados III,IV y V pues entendemos que las instituciones para la cual trabajan tienen que ver con la RSE y RSC. A nuestro juicio el concepto lo están implementando, pero muy tímidamente o atreves de las ASFL. Ellos entienden que lo están haciendo al cumplir con la misión, visión y propósitos de sus respectivos ministerios y empresas. En el año 2017 el MICUL, fue el único que hasta el momento ha realizado un evento para difundir el concepto en el país. Sobre el concepto de Marketing Social, no refirieron información alguna.		
IV.- Carlos Santos Durán	----			
V.- Luis Felipe Aquino	----			

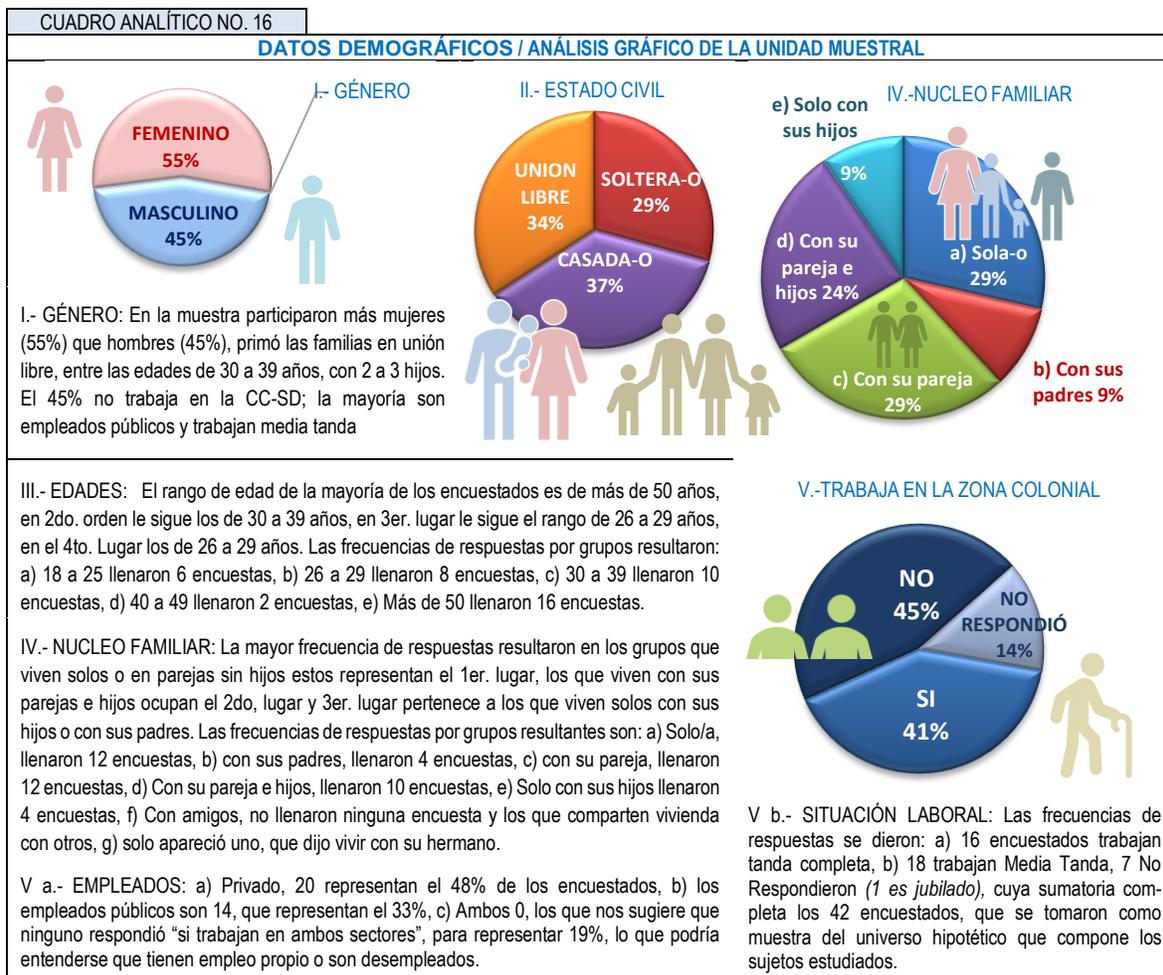
CUADRO ANALÍTICO NO. 15	
ÍTEM NO. 15.	
<i>¿Algo más qué agregar sobre lo que nos ha contestado en esta entrevista?</i>	
TESTIGOS	RESPUESTAS
	COMENTARIO
I.- Pedro del Castillo	Mejorar la seguridad y no olvidar el mantenimiento para la Ciudad Colonial.
II.- Kin Sánchez	Creo que debes estudiar Santa Barbara, ese es tu barrio pobre el que necesita ser atendido por el Gobierno, "esa es tu tesis"
III.- Maribel Villalona	Muy interesante este trabajo de tesis que estás haciendo sobre la Ciudad Colonial.
IV.- Carlos Santos Durán	Este Ministerio podría hacer más por la cultura si se le asignara una partida mayor en el presupuesto nacional.
V.- Luis Felipe Aquino	El Programa de Fomento del Turismo de La Zona Colonial se debió trabajar más coordinadamente con los demás organismos del Estado, (la Alcaldía, Las compañías de electricidad y acueductos, la compañía de teléfonos, el Clúster Turísticos, etc.)
ANÁLISIS INTERPRETATIVO	
Cada uno de los entrevistados dejaron aquí sus opiniones interesadas desde su posición de servidor público o privado.	

#### 4.4.2.- Informaciones obtenidas mediante las entrevistas a testigos privilegiados

Los quince (15) cuadros analíticos expuestos anteriormente contienen las respuestas de los representantes de los tres (3) sectores entrevistados. El primero es el sector privado, conformado por los habitantes de la Zona, en las opiniones de los miembros de la Unión de Juntas de Vecinos Ciudad Colonial y la de los empresarios que están vinculados con el desarrollo de la CC-SD, miembros del Clúster Turístico Santo Domingo. El segundo sector fue el estatal representado por los ministerios de Turismo, de Cultural, de Medio Ambiente, de Economía, Planificación y Desarrollo y otras oficinas gubernamentales incluidas en el Comité Consultivo del Plan de Fomento al Turismo de la Ciudad Colonial. El tercer sector es el de educación, representado por el Centro Comunitario de La Ciudad Colonial, el Decanato de Turismo de la Universidad Acción Pro Educación y Cultura. (Ver Infografía No. 4.1. Área de acción de los testigos privilegiados). Las informaciones recabadas en las anteriores unidades I, II, III y IV, servirán para hacer las conclusiones de esta tesis, las que estarán expuestas en el V capítulo de esta investigación.

#### 4.5.- INFORMACIONES ENCONTRADAS A TRAVÉS DE LAS ENCUESTAS

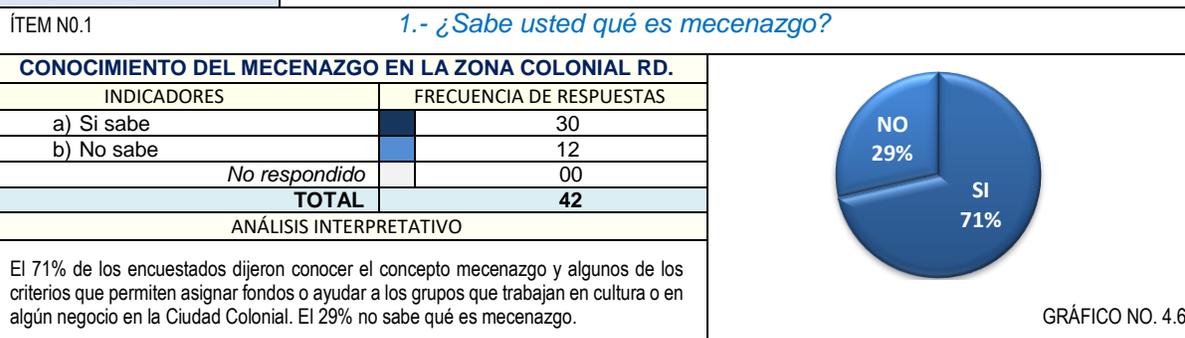
El muestreo se realizó, desde mediados de agosto hasta finales de septiembre de 2017 en la Ciudad Colonial (CC-SD). Se analizaron 42 encuestas lo que representa el 28% de 150 que fue la unidad muestras estimada para las 7,750 personas que viven en la Zona Colonial<sup>116</sup>. El siguiente Cuadro Analítico No. 16 corresponde a los datos demográficos de la unidad muestral, cuya validez y confiabilidad, viene dada por su conformación, dado que los encuestados son miembros prominentes de la comunidad. Muchos de ellos pertenecen a las Juntas de Vecinos o son residentes con participación en la CC-SD. Se estima que estos datos no variarán cuando se apliquen a un grupo con igual composición demográfica. Otras informaciones psicográficas que se vinculan con las industrias culturales se presentan en los próximos cuadros analísticos.



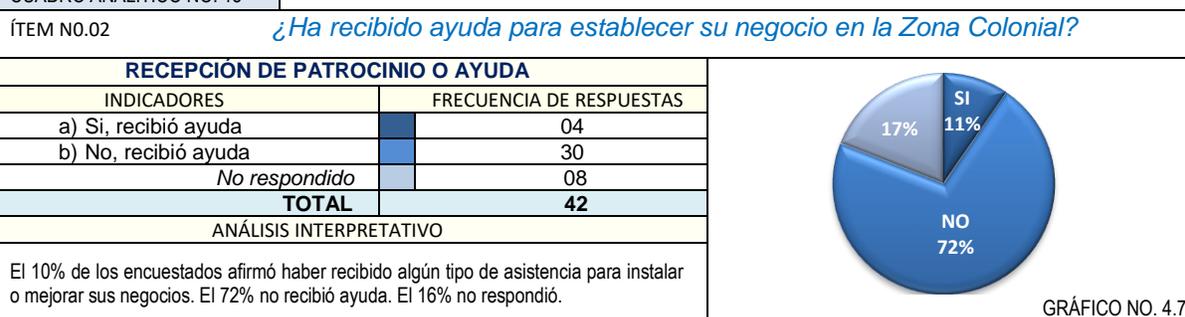
<sup>116</sup> ACLARACIÓN: La obtención de datos se hizo básicamente en la parte céntrica de la CC-SD, donde viven familias y funcionan varios negocios e instituciones culturales. El 72% de las encuestas restantes fueron completadas, pero no se incluyeron en los cuadros de análisis, el adicionar los datos no cambiaría las tendencias en las respuestas. El resultado en términos de porcentaje no mostrados cambios significativos.

UNIDAD I. CONOCIMIENTO DE LAS FUNCIONES DEL MECENAZGO EN EL DESARROLLO EN LA CC-SD

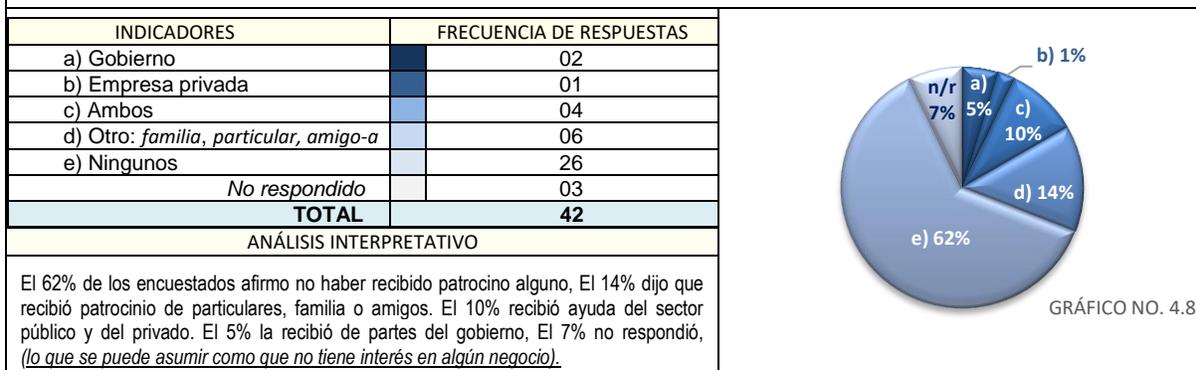
CUADRO ANALÍTICO NO. 17



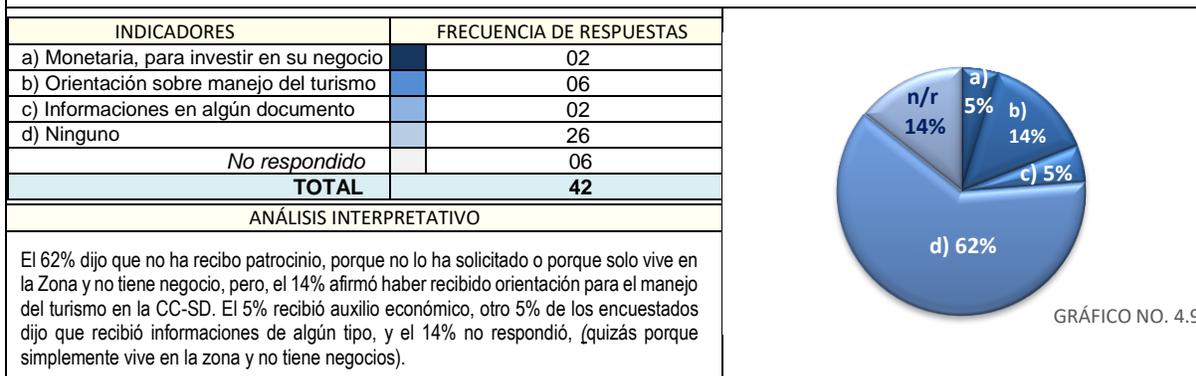
CUADRO ANALÍTICO NO. 18



ÍTEM NO.2.1 *¿De parte de quién ha recibido patrocinio?*



ÍTEM NO.2.2 *¿Qué tipo de patrocinio, ayuda o respaldo ha recibido?*



## UNIDAD II. EFECTOS DE LA INTERVENCIÓN DEL ESTADO EN LA CIUDAD COLONIAL DE STO. DGO., RD.

CUADRO ANALITICO NO. 19

ÍTEM: 3

**¿Considera que la intervención del Estado en los arreglos de la Zona Colonial es...?**

RESPUESTAS CUALITATIVAS	NO RESPUESTA	MALA		REGULAR		BUENA		MUY BIEN		EXECELENTE		TOTAL
RESPUESTAS CUANTITATIVAS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
FRECUENCIAS DE LAS RESPUESTAS	1	7	4	8	2	4	---	2	8	4	2	42
PORCENTAJE		28.6		23.8		9.5		23.8		14.2		100%

## ANÁLISIS INTERPRETATIVO

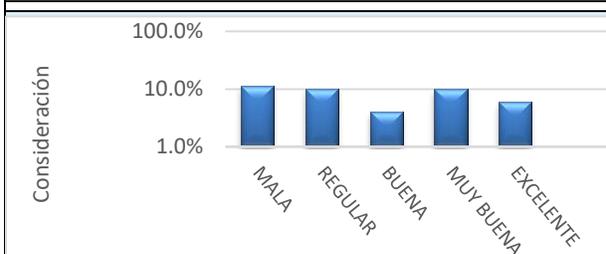


GRÁFICO NO. 4.10

Según las respuestas de los encuestados, estos consideran que los efectos de la restauración de la Ciudad Colonial, por parte del Estado es MALA (28.6%), mientras que otro grupo indica que los arreglos van de REGULAR (23.8%) a MUY BUENA (23.8%). Un 14.2% de los 42 encuestados dijeron que fue EXECELENTE y el 9.5% dijo que es BUENA.

Si se suman los porcentajes de mala y regular, totalizan 52.4% lo que deja la sumatoria de buena, muy buena y excelente en 47.5% que es la otra parte de la gente que percibe la intervención como positiva y a favor de la ciudadanía. Las diferencias entre quienes están a favor y los quienes están en contra es de 4.8%.

ÍTEM: 4

**¿Cómo ve su progreso personal después de la intervención del Estado en la Zona Colonial?**

RESPUESTAS CUALITATIVAS	NO RESPUESTA	NULO		REGULAR		BUENO		MUY BIENO		EXECELENTE		TOTAL
RESPUESTAS CUANTITATIVAS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
FRECUENCIAS DE LAS RESPUESTAS	4	8	4	6	4	3	4	5	---	4	---	42
PORCENTAJE		38.1		23.8		16.7		11.9		9.5		100%

## ANÁLISIS INTERPRETATIVO

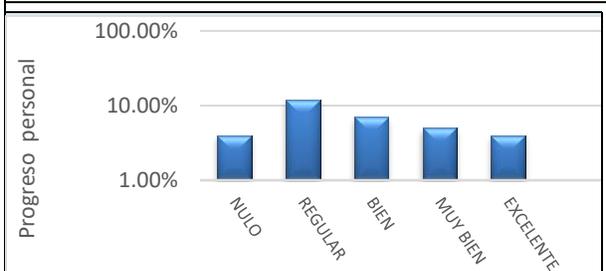


GRÁFICO NO. 4.11

Los encuestados consideran que la restauración de la Ciudad Colonial es NULA o no respondieron, cuya sumatoria de estos dos rangos es de 38.1% para afirmar que su desarrollo personal no ha crecido. Por lo que consideran que la intervención del Estado es NULA. Otros afirmaron que le ha aportado un POCO o sea que es REGULAR, el 23.8% así lo confirmó. Mientras que el 38.1% dijo que ha tenido algún progreso (conocimiento y más posibilidad de crecer.)

La sumatoria de los estándares más bajos (NO RESPUESTA y NULA) representa el 38.1%, para dividir la opinión en quienes tienen una percepción en contra y una a favor indicando con 38.1% que la intervención estatal es positiva; el 23.8% tiene una posición intermedia, lo cual debe llamar la atención de los encargados del PFTCC-SD.

ÍTEM: 5,

**¿Conoce el Centro Comunitario de la Ciudad Colonial?**

RESPUESTAS CUALITATIVAS	NO RESPUESTA	MALA		REGULAR		BUENA		MUY BIEN		EXECELENTE		TOTAL
RESPUESTAS CUANTITATIVA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
FRECUENCIAS DE LAS RESPUESTAS	8	7	8	---	5	---	---	5	2	2	5	42
PORCENTAJE		54.76		11.90		0.0		16.66		16.66		100%

## ANÁLISIS INTERPRETATIVO

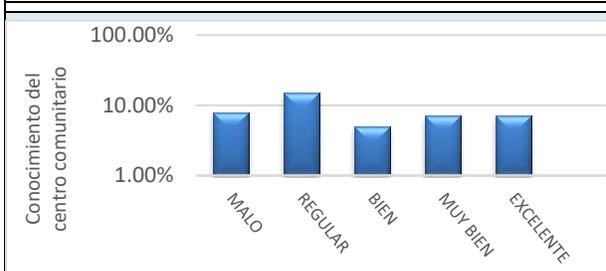


GRÁFICO NO. 4.12

De los encuestados, el 33.3% (Sumatoria de Excelente y Muy bien) dijo conocer las actividades que hace el Centro Comunitario de la Ciudad Colonial (CCCC), el 11.9% dijo saber poco, o sea que su conocimiento sobre el centro es REGULAR, el 54.8% dijo que no conoce NADA del CCCC. Como se puede apreciar, en los 42 encuestados el 55% dice no conocer el CCCC contra el 45% que dijo conocerlo.

Nota: Este 42% fue cambiando, pero aún es desconocido para la gran mayoría de los 7,750 habitantes de la CC-SD, pues a un año de inauguración sus aportes aún son incipientes, nuestras observaciones y estudios a sus funciones así lo confirmaron. Poco a poco se irá conectado con la gente no solo de la CC-SD, si no también con el Gran Santo Domingo.

## UNIDAD III. EFECTO DEL OCIO EN EL DESARROLLO LAS PERSONAS Y LA COMUNIDAD DE LA CC-SD

(Vinculado con el objetivo específico no. 2)

CUADRO ANALÍTICO NO. 20

ESPACIOS FÍSICOS QUE SON MÁS VISITADOS POR LOS ENCUESTADOS		
<i>De la siguiente lista, indique con un cotejo los tres (3) espacios físicos que usted más ha visitado en los últimos tres años en la Ciudad Colonial:</i>		
ESPACIOS FÍSICOS	LUGARES	VISITADOS
<b>a) MUSEOS</b>	1.- Museo Fortaleza de Santo Domingo,	28
	2.- Alcázar Virreinal de Don Diego Colón,	10
	3.- Museo de la Catedral (en proceso) Antigua Cárcel Pública,	0
	4.- Museo Memorial de la Resistencia Dominicana	18
	5.- Museo / Casa de Juan Pablo Duarte,	16
	6.- Museo del Niño Trampolín, Casa de Bastidas,	8
	7.- Casa de Tostado / Sede del Museo de la Familia Dominicana,	8
	8.- Museo de las Telecomunicaciones.	6
	9.- Museo de la Porcelana,	2
	10.- Museo del Ámbar,	2
	11.- Museo del Larimar,	0
	12.- Choco Museo.	2
		SUB-TOTAL
<b>b) IGLESIAS:</b>	1.- Basílica Catedral Metropolitana Santa María de la Encarnación,	34
	2.- Convento de los Dominicos,	10
	3.- Santuario Arquidiocesano Nuestra Señora de la Altagracia	16
	4.- Iglesia Santa Bárbara,	0
	5.- Templo Patronal Nuestra Señora de las Mercedes,	18
	6.- Iglesia Regina Angelorum	12
	7.- Iglesia Nuestra Señora del Carmen,	6
	8.- Iglesia San Miguel Arcángel	2
	9.- Capilla de Nuestra Señora de los Remedios,	4
	10.- Ermita de San Antón	2
	SUB-TOTAL	<b>104</b>
<b>c) SALA DE EXPOSICIONES Y GALERÍA DE ARTES:</b>	1.- Escuela de Bellas Artes,	16
	2.- Colegio de Artistas Plásticos (CODAP)	14
	3.- Giudiselly, (Sala en Casa de Teatro)	04
	4.- Laboratorio Experimental	06
	5.- Centro Cultural de España (Salas de exposición)	24
	6.- Galería / Museo Fernando Defillo	12
	SUB-TOTAL	<b>76</b>
<b>d) SALA DE TEATRO Y CINE:</b>	1.- Casa de Teatro,	26
	2.- Teatro las Máscaras,	14
	4.- Teatro Guloya	10
	5.- The Colonial Gate 4D Cinema,	18
		SUB-TOTAL
<b>e) SALA DE CONCIERTOS:</b>	1.- Casa de Teatro,	16
	2.- Escalinata del Jazz,	26
	3.- Plaza de España	12
	SUB-TOTAL	<b>54</b>
<b>f) CENTRO DE INFORMACIÓN:</b>	1.- Instituto de Geografía, UASD.	04
	2.- Centro Comunitario Zona Colonial	18
	3.- Oficina de Clúster Turístico,	36
	SUB-TOTAL	<b>58</b>
<b>g) CENTRO DE EVENTOS:</b>	1.- Centro Cultural Banreservas,	24
	2.- Centro Cultural de España	34
	3.- Centro Cultural de Telecomunicaciones	06
	SUB-TOTAL	<b>64</b>
<b>i) LUGARES HISTÓRICOS:</b>	1.- Puerta de la Misericordia,	30
	2.- Puerta del Conde,	10
	3.- Panteón de la Patria (Antigua Iglesia de los Jesuitas),	16
	4.- Altar de la Patria.	14
	5.- Monumento a Fray Antón de Montesinos.	16
	6.- Casa de La Rectoría, UASD e Instituto Cartográfico	06
	SUB-TOTAL	<b>92</b>

Continúa en la próxima página.

<b>h) CENTROS EDUCATIVOS</b>	1.- <i>Escuela de Bellas Artes,</i> 2.- <i>Centro de Excelencia Salomé Ureña,</i> 3.- <i>Centro de Educación Infantil</i>	10 22 <u>08</u> <b>40</b>
	SUB-TOTAL	
<b>i) PARQUES:</b>	1.- <i>Colón, antigua Plaza de Armas,</i> 2.- <i>Callejón de los Curas,</i> 3.- <i>Juan Pablo Duarte,</i> 4.- <i>Independencia</i>	22 16 18 06 <b>62</b>
	SUB-TOTAL	
<b>j) PLAZOLETAS:</b>	1.- <i>Plaza de España,</i> 2.- <i>Plaza Padre Billini,</i> 3.- <i>Plaza de los Curas.</i>	28 18 18 <b>64</b>
	SUB-TOTAL	
<b>k) RUINAS:</b>	1.- <i>Muralla de la Ciudad Colonial,</i> 2.- <i>Reloj del Sol,</i> 3.- <i>Hospital San Nicolás de Bari,</i> 4.- <i>Fuerte de San Diego</i> 5.- <i>Fuerte de San Lázaro,</i> 6.- <i>Fuerte de la Concepción,</i> 7.- <i>Fuerte San Gil,</i> 8.- <i>Fuente de Colón,</i> 9.- <i>Ruinas de la Iglesia y del Monasterio de San Francisco,</i>	18 10 16 00 01 01 01 08 24 <b>79</b>
	SUB-TOTAL	

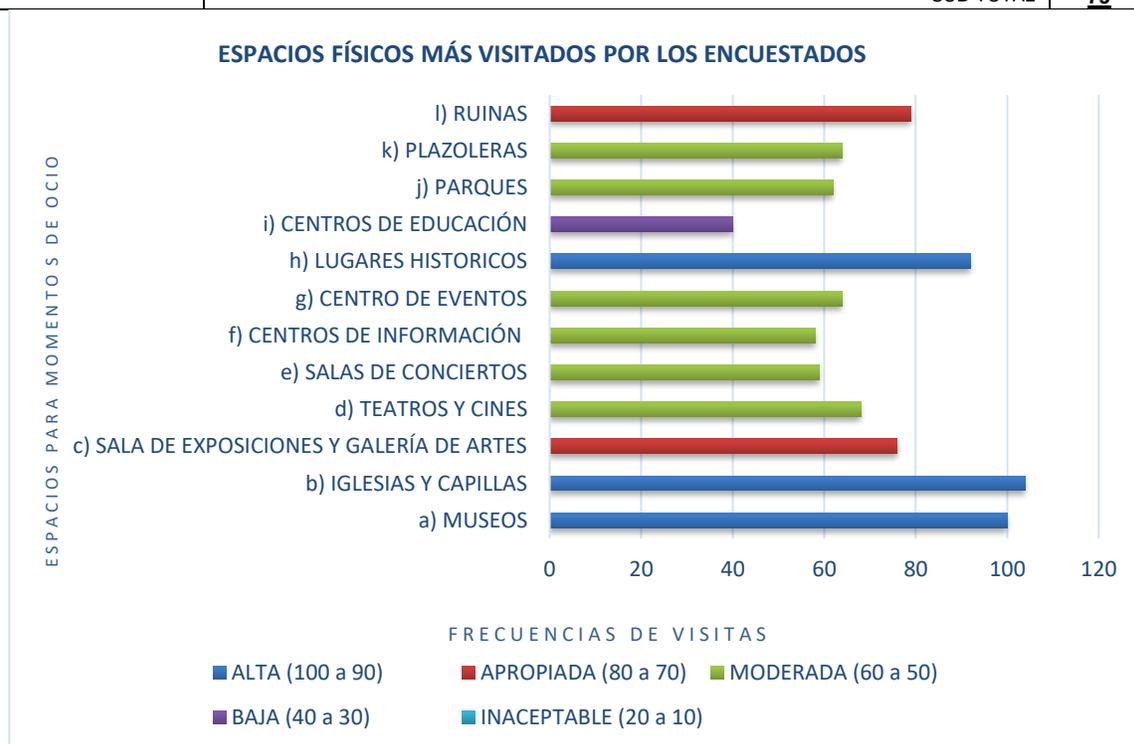


GRÁFICO NO. 4.13

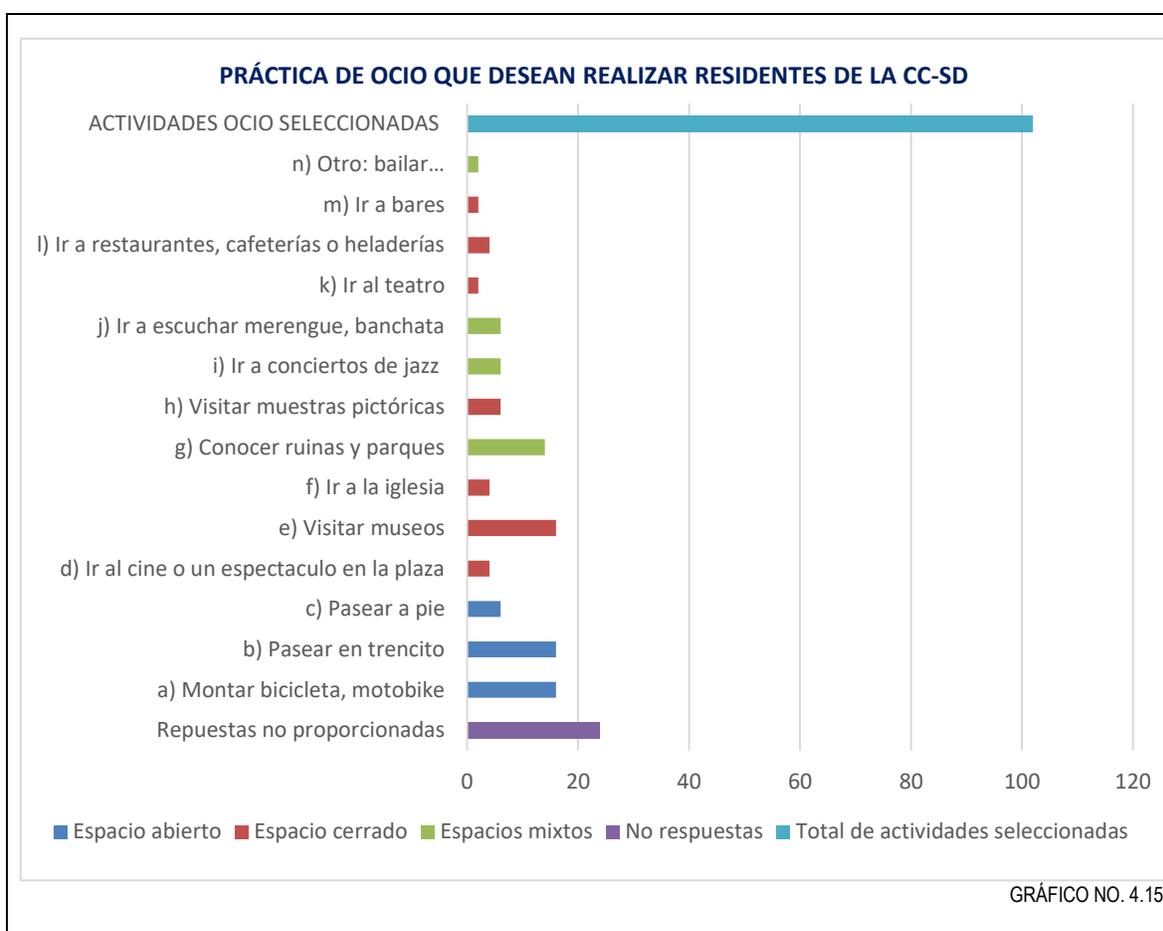
## ANÁLISIS INTERPRETATIVO

Este Gráfico No. 4.13, presenta las iglesias y capillas con la mayor frecuencia de visitas por parte de los habitantes de la Zona. Le siguen los museos y los lugares históricos, relacionados con la formación de la república. Las ruinas, las salas de exposición y las galerías de artes se registran como visitas apropiadas, que aún pueden aumentar. Los teatros, los cines, los centros de eventos las plazoletas, los parques los centros de formación y las salas de conciertos sus visitas son moderadas, o sea que estos lugares son buenos en sus captador de atención para ser visitados. Los centros de educación presentan la más baja, porque solo son visitados por los estudiantes, padres y tutores relacionados con el mismo. (Al parecer, este no se relaciona más allá de un servicio educativo simplemente, olvidándose que también pueden ser centros de extensión cultural, promoviendo el patrimonio de la ciudad).

CUADRO ANALÍTICO NO. 21		
ITEM N0.07		
<i>a) ¿Cuáles lugares de esta lista usted no ha tenido tiempo libre para visitarlo? b) ¿Por qué?</i>		
LUGARES QUE NO HA VISITADO EN LA CIUDAD COLONIAL		
a) NOMBRE Y REPUESTA	CANTIDAD	RESPUESTA DE POR QUÉ NO LOS VISITA
Museo de la Catedral	1	No sé dónde ir a buscar información, No conozco los horarios de visitas, Trabajo mucho y termino muy cansado, No tengo tiempo, ni dinero, No los visito porque no puedo caminar.
Museo del Ámbar	1	
Ermita de San Antón	1	
Fuerte de San Diego	1	
ANÁLISIS INTERPRETATIVO		
Colegio de Artistas Plásticos / CODAP	1	De la lista que se les presentó, los encuestados indicaron que les gustaría visitar: El Museo de la Catedral, el Museo del Ámbar, la Ermita de San Antón, el Fuerte de San Diego, el Colegio de Artistas Plásticos / CODAP, el Fuerte de la Concepción y los Alcantarillados del Siglo XVI, solo unos cuantos afirmaron que no lo habían hecho por: "No saber dónde ir a buscar información, no conocer los horarios de visitas, o porque trabajan mucho y terminan muy cansados; otros dijeron "No tengo tiempo, ni dinero, No los visito porque no puedo caminar". El 72% de los encuestados no respondió este ítem, el 4.5% dijo que no los visita porque los conoce todos; otro 4.5% dijo que solo conoce algunos. Solo el 19% se mostró interesado en visitar algunos de los lugares que se le mostró en el listado. <u>La respuesta de porqué no los visita es variada, como se aprecia en el recuadro de arriba.</u>
Fuerte de la Concepción	1	
Los Alcantarillados del Siglo XVI	1	
Los conozco todos	2	
Solo conozco algunos	2	
No Respuestas	31	
TOTAL DE RESPUESTA	42	

CUADRO ANALÍTICO NO. 22		
ITEM N0.08		
<i>De la lista que vio anterior: ¿le gustaría visitar algunos de estos espacios de ocio?</i>		
DESEO DE VISITAR ALGUNO DE LOS ESPACIOS DE OCIO		
INDICADORES	FRECUENCIA DE RESPUESTAS	
c) Si desea		28
d) No desea		06
e) No respuesta		08
<b>TOTAL</b>		<b>42</b>
ANÁLISIS INTERPRETATIVO		
El 67% de los encuestados afirmaron que le gustaría practicar algún tipo de ocio de los mostrados en la lista que se le presentó un 14% no lo desea y un 19 % decidió no responder.		
		<p>GRÁFICO NO. 4.14</p>

ITEM N0.9.		
<i>Si su respuesta es afirmativa, mencione tres (3) de las actividades de ocio que quisiera practicar en la Zona Colonial y no puede por alguna razón.</i>		
ACTIVIDAD DE OCIO QUE DESEAN PRACTICAR EN LA CIUDAD COLONIAL		
LISTA RESULTANTE DE LOS LUGARES O PRÁCTICAS DE DIVERSIÓN O RECREACIÓN	FRECUENCIA DE RESPUESTAS	
a) Montar en bicicleta por la Ciudad Colonial	16	
b) Pasear por en el Trencito "Chu Chu Colonial"	16	
c) Pasear a pie por la ciudad	06	
d) Ir al cine del sector	04	
e) Visitar algunos de los museos	16	
f) Ir a la iglesia o a alguna actividad de celebración religiosa	04	
g) Conocer la historia de las ruinas o parques de la ciudad	14	
h) Visitar una muestra artística en alguna de las salas de exposición, y/o algunos de los museos	06	
i) Ir a los conciertos de Jazz, (los de la escalinata del Conde, o los de Casa de Teatro)	06	
j) Asistir a una presentación músico vocal (Merengue, Bachata) en alguna de las plazoletas	06	
k) Ir a ver una obra de teatro en los que están ubicados en CC-SD	04	
l) Comer en algunos de los restaurantes o cafetería de la CC-SD	02	
m) Ir a algunos de los bares ubicados en hoteles o espacios propios	01	
n) Otro: <u>          bailar          </u>	01	
	<b>Total de actividades seleccionadas</b>	<b>102</b>
	Ver GRÁFICO NO. 4.15 en la próxima página)	Respuestas no proporcionadas
		<b>24</b>
	(42 x 3 = 126 Respuestas Permitidas)	<b>126</b>



## ANÁLISIS INTERPRETATIVO

Al presentar a los comunitarios una lista de posibles actividades de ocio que pudieran hacer al aire libre en espacios cerrados y en espacios mixtos (eventos que se pueden hacer tanto en parques, plazas como en salas de presentaciones con aforos limitados), resultó que las actividades que harían en sus tiempos libres, según muestra el Gráfico 4.15, son en 1er. lugar: Montar Bicicletas, pasear en el Trencito "Chu, Chu Colonial" y Visitar Museos. En 2do. lugar pasear a pie por la ciudad, visitar exposiciones pictóricas y culturales, escuchar Jazz, Merengue y Bachata, en 3er. lugar lo dedicarían a ir a la Iglesia, al Cine y salir a comer a algún restaurantes o cafetería. En 4to. lugar les siguen las salidas a bares y a bailar. Las actividades al aire libre son las que tienen mayor demanda, las de conocer las historias de las ruinas, los parques y otros lugares. Aquí se vislumbra el deseo que también tienen los comunitarios por realizar como ocio autotético en la dimensión creativa y festiva.

## CUADRO ANALÍTICO NO. 23

ÍTEM NO.10

*¿Cuáles tres dificultades encuentran para no poder visitar la Ciudad Colonial?*

## DIFICULTADES PARA VISITAR LA CIUDAD COLONIAL

RESPUESTA	CANTIDAD	ANÁLISIS INTERPRETATIVO
• Falta de parqueos	10	Los encuestados reportaron en 1er. lugar, que la falta de parqueos. En 2do. Lugar, la inseguridad, provocada por la delincuencia son los inconvenientes que les impiden visitar la CC-SD. En 3er. lugar, informaron que no visitan la Zona Colonial por problemas económicos, falta de dinero, "los lugares buenos son muy caro", trabajo mucho, siempre están cansado o por enfermedad, (No pueden caminar o son ya muy mayores para ir solos) y la falta de un sistema de transporte más eficiente. En 4to. lugar, pusieron como excusas: los pedigüños y los enfermos mentales que deambular por la Ciudad Colonial y algunos que otros delincuentes. ➤ 34.92% fue el que se atrevió a mencionar las dificultades. ➤ 65.08% se las reservó, pero no sin quejarse de sentido general.
• Delincuencia, inseguridad	8	
• Sistema de transporte, No hay línea de carros públicos	6	
• Pedigüños, enfermos mentales, falta de policías	2	
• Problemas económicos, falta de dinero, es muy caro	6	
• Trabajo mucho, siempre estoy cansado	6	
• Enfermedad, no puedo caminar, estoy viejo-a	6	
<b>Total de dificultades seleccionadas</b>	<b>44</b>	
Respuestas no proporcionadas	82	
(42 x 3 = 126 Respuestas permitidas)	<b>126</b>	<b>100.00 %</b> (no se incluyó gráfico por ser explícito sus datos)

CONOCIDO ALGO NUEVO DESPUÉS DE LOS ARREGLOS EN LA CC	
INDICADORES	FRECUENCIA DE RESPUESTA
f) Si	04
g) No	32
h) No respuesta	06
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>
ANÁLISIS INTERPRETATIVO	
<p>El 76% de los encuestados dijeron que no conocieron nada nuevo después de que la CC-SD fue intervenida por el Estado y las empresas privadas. El 9% dijo haber aprendido algo. Mientras que un 15% no respondió.</p> <p>Si se compara estas respuestas con el ITEM No.3. es consistente pues en esta también dicen que no crecieron personalmente. Pero parecen contradictorio al ver algunas de las respuestas del ITEM No, 12 el que afirmaron cosas positivas sobre la ciudad.</p>	

GRÁFICO NO. 4.16

COMENTARIOS BREVES SOBRE LA CIUDAD COLONIAL		
RESPUESTA	CANTIDAD	ANÁLISIS INTERPRETATIVO
• Ahora hay menos parqueos, las calles son más caóticas	01	El 14.29% de los encuestados reportaron algunos comentarios, destacándose las mejoras en la iluminación y en las actividades turísticas. El 85.71% no hizo ningún comentario.
• La Ciudad Colonial es bella, hay que aplicar regulaciones	01	
• Ha mejorado el turismo,	02	
• Mejor iluminación	02	
<i>Respuestas ilegibles</i>	<i>00</i>	Estas respuestas contrastan con las afirmaciones hechas en el ITEM NO. 11. Donde dicen que no han conocido nada nuevo después de los arreglos de la CC, pero reconocen que el turismo ha mejorado y que hay mejor iluminación. Lo que sí es algo nuevo y que está en aumento. > 14.29% comentó algo. > 85.71% se los reservó. <b>100.00 % (no incluyó gráfico por ser explícito sus datos)</b>
<i>No respuesta</i>	<i>00</i>	
<b>Sub-total</b>	<b>06</b>	
<b>Respuestas no proporcionadas</b>	<b>36</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	

#### 4.5.1.- Informaciones obtenidas a través de encuesta a los habitantes de la CC-SD

De este muestreo resultaron ocho (8) cuadros numerados a partir del diez y seis (16), clasificados en tres unidades, cuyos ítems permitieron realizar un acercamiento interpretativo a las respuestas de los comunitarios de la zona, para comprender los niveles de conocimiento que tienen sobre el mecenazgo y su vinculación con el desarrollo de la Ciudad Colonial de Santo Domingo de Guzmán, Sus opiniones se presentaron bajo las siguientes unidades:

##### I.- CONOCIMIENTO DE LAS FUNCIONES DEL MECENAZGO EN EL DESARROLLO EN LA CC-SD<sup>117</sup>.

En este apartado se conocieron los niveles que tienen los comunitarios sobre el mecenazgo. También se comprobó si habían recibido patrocinio en alguna actividad o establecimiento de negocios.

II.- EFECTOS DE LA INTERVENCIÓN DEL ESTADO EN LA CC-SD<sup>118</sup>. En esta unidad los ítems giraron en torno a los cambios surgidos por el Plan de Fomento del Turismo dentro de las políticas de inversión del Estado y las empresas privadas en la Ciudad Colonial, para saber sobre la percepción del progreso personal después de la intervención de la CC-SD, en los últimos cinco años. Además, comprobar los niveles de conocimiento que tienen los comunitarios sobre el Centro Comunitario de la Ciudad Colonial.

##### III.- EFECTO DEL OCIO EN EL DESARROLLO LAS PERSONAS Y LA COMUNIDAD DE LA CC-SD<sup>119</sup>.

En esta unidad se conocieron los espacios físicos que son más visitados por los encuestados, las prácticas de ocio que aún no han realizado y que desean cumplir; así como también, las razones por la cual no lo han hecho y por último su opinión sobre las Ciudad Colonial y los problemas que le impiden disfrutarla aun cuando viven en ella<sup>4</sup>. Un dato interesante resultó al formular la pregunta: ¿Considera que después de los arreglos de la Ciudad Colonial, usted ha conocido algo nuevo en lo que pueda divertirse o recrearse? las respuestas fueron interesantes y un tanto contradictorias.

<sup>117</sup> Ver en UNIDAD I. CONOCIMIENTO DE LAS FUNCIONES DEL MECENAZGO EN EL DESARROLLO EN LA CC-SD, **Cuadro Analítico No. 02**, en el que se analizó las respuestas sobre el conocimiento del mecenazgo, las ayudas recibidas del Estado y de empresas privadas.

<sup>118</sup> Ver UNIDAD II. EFECTOS DE LA INTERVENCIÓN DEL ESTADO EN LA CIUDAD COLONIAL DE STO. DGO., RD. **Cuadro Analítico No. 03 y 04**, donde se estudió la reflexión de los entrevistados sobre la intervención del Estado, el progreso personal que han tenido después de los arreglos de la Zona Colonial, y nivel de conocimiento de las actividades el Centro Comunal de la Ciudad Colonial.

<sup>119</sup> Ver UNIDAD III. EFECTO DEL OCIO EN EL DESARROLLO LAS PERSONAS Y LA COMUNIDAD DE LA CC-SD. **Cuadros Analíticos: No. 08 y el Gráficos No. 4.16**. donde se aprecian los espacios físicos que son más visitados por los encuestados en la CC-SD.

#### 4.6.- SÍNTESIS DEL CAPÍTULO IV

En este cuarto capítulo se presentaron los datos e informaciones obtenidos al investigar la población afectada en la Zona Colonial de Santo Domingo. Esto se logró gracias a cuatro (4) instrumentos de recolección de información, los cuales permitieron una identificación de los espacios arquitectónicos y las áreas geográficas icónicas de la ciudad. También se realizó un acercamiento hacia las personas y a los dirigentes de los centros culturales que trabajan por y para la CC-SD. El diseño de los instrumentos se explicó en el anterior capítulo, en este se expusieron los hallazgos. A continuación, ofrecemos a manera de resumen orientación sobre los tipos de instrumentos usados y del universo estudiado.

##### OBSERVACIÓN PREVIA AL ESTUDIO DE CAMPO

Una exploración que dio inicio al estudio de campo fue la que se hizo en los portales web vinculados con el objeto de estudio, lo cual permitió identificar los lugares de interés turístico, los espacios y edificaciones de interés cultural. Luego se realizó una reseña de los lugares que son más visitados en la CC-SD. Esta observación se clasificó en tres unidades, dentro de las cuales se presentaron seis (6) Tablas, numeradas desde el 4.1 al 4.6, conteniendo listados de los lugares donde se promocionan la cultura, se ofertan servicios vinculados al ocio, espacios para el descanso y la recreación. Sobre todo, sirvieron para identificar las instituciones y espacios que han sido creados en el casco histórico, durante y después de la remodelación que se realizó en el periodo del 2013-2018.

##### INFORMACIONES OBTENIDAS MEDIANTE UN GRUPO FOCAL

Para esta investigación se obtuvo un conjunto de datos e informaciones de gran valor, que resultaron de un estudio focal que se realizó en el primer cuatrimestre del 2016 en la Universidad Autónoma de Santo Domingo (UASD), motivado por la necesidad de saber cómo piensan los profesionales de la educación superior sobre el ocio, ya que se supone que los docentes de esta Alta Casa de Estudios deben estar bien informados, sobre el impacto económico, social y cultural del ocio. Dentro de los resultados de la mesa de discusión se comprobó que ellos poseen un conocimiento mínimo sobre la relación “tiempo libre y ocio”. Los profesores-investigadores enumeraron los beneficios de las buenas prácticas de ocio, una afirmación reveladora, que contrasta con el hecho de que la mayoría dijo haber disfrutado y descansado en sus tiempos libres sobre todo en vacaciones de Semana Santa, de medio año, de Navidad y de inicio de año, pero que no lo entendían como momentos de ocio. Fue confirmado, que la simple mención del concepto les da una

“especie de vergüenza”, pues en Latinoamérica y el Caribe se tiende a relacionar el ocio con pérdida de tiempo. Esto motivó a los participantes sugerir que se debe continuar haciendo las mesas de discusiones sobre el ocio en la sociedad dominicana en otras Instituciones de Estudios Superiores (IES). Que se abra en alguna de las IES una línea de investigación, que se preocupe por dar a conocer a través de una oficina para difundir los estudios y las bondades de una buena práctica de ocio. Así como también un observatorio del fenómeno ocio en el Caribe Antillano. (Ver Lista No. 4.4, Recomendaciones puntuales de los participantes en la mesa para resignificar el ocio en los dominicanos).

#### INFORMACIONES ENCONTRADAS A TRAVÉS DE LAS ENTREVISTAS

El resultado de las entrevistas focalizadas fue obtenido de una muestra que escogida de un grupo de instituciones que laboran por el desarrollo general del país, del cual fueron solo preseleccionadas las que tienen relación directa con el desarrollo de las Industrias Culturales y Creativas en el casco histórico de Distrito Nacional. Y las que patrocinan o funcionan con aportes económicos proporcionados por empresas privadas que fungen como mecenas y filántropos. De esta selección resultando, cinco (5) centros culturales, tres (3) patronatos, dos (2) Ministerios, una oficina del poder legislativo, y el Ayuntamiento del DN. De estas instituciones, se hizo un listado de doce (12) personalidades que laboran en ellas. Después de analizar las doce instituciones, se escogieron las cinco (5) personas que tienen mayor antigüedad sirviendo a la comunidad desde sus cargos, demostrando responsabilidad y compromiso con el desarrollo la CC-SD. Estos testigos privilegiados ofrecieron informaciones respecto al conocimiento de los conceptos de mecenazgo y patrocinio, además, la comprensión de políticas públicas sobre la cultura del ocio, así como discernimiento de los conceptos de tiempo libre y ocio. También expusieron sus ideas sobre la vinculación de la Marca País que con el patrocinio del ocio cultural. Bajo estas unidades lo testigos privilegiados ofrecieron informaciones con la que se realizaron quince (15) cuadros analíticos en donde el sector privado (UJVCC y CTSD) conformado por los habitantes, el sector público, representado por los Ministerios de Cultura y Turismo y el sector de la educación, representado por una de las principales universidades privadas del país y el Centro Comunitario de la Zona (UNAPEC y CCCC-SD) ofrecieron informaciones que ayudaron en la conclusión de esta tesis. (Ver Infografías: No. 4.1. Área de acción de los testigos privilegiados y 4.2 Sectores a los que pertenecen los testigos privilegiados).

## INFORMACIONES ENCONTRADAS A TRAVÉS DE LAS ENCUESTAS

Importantes indagaciones de gran veracidad se obtuvieron a través de un muestreo que se realizó en los meses de agosto y septiembre de 2017 en la CC-SD. Los encuestados representaron el 28% de 7,750 del universo objeto de estudio. De este muestreo surgieron tres unidades, cuyos ítems facilitaron las respuestas de los comunitarios. Las primeras, sobre el nivel de conocimiento que tienen del mecenazgo y su vinculación con el desarrollo de la ciudad. El segundo grupo de opiniones permitieron conocer, si algún mecenas ha contribuido con en el desarrollo en la CC-SD. Y con el tercer conjunto de informaciones, se comprendió el origen y los efectos de la intervención del Estado en la CC-SD, al comprobar cómo los efectos del ocio han influido en el desarrollo de las personas y la comunidad de la CC-SD.

A partir de estas tres unidades, se presentaron ocho (8) cuadros que recogieron las respuestas de los encuestados, las cuales fueron analizadas y comentadas siguiendo las teorías y conceptos expuestos en el marco teórico y el estudio de campo de esta tesis. Los resultados de estas indagaciones se aprecian puntualmente siguiendo los ejes conceptuales, en los que se estructuró el desenlace de la investigación para alcanzar los objetivos de la tesis. Estos ocho (8) cuadros analíticos contribuyeron a que las conclusiones de esta tesis sean fiables.



INFOGRAFÍA NO. 4.2. SECTORES A LOS QUE PERTENECEN LOS TESTIGOS PRIVILEGIADOS

**IDEAS PRINCIPALES VINCULADAS CON LOS OBJETIVOS III Y IV**

Con este capítulo se cierra el estudio empírico en el cual se obtuvieron datos e informaciones de gran valor sobre el objeto de esta investigación. Al aplicar la guía de observación en la web, el estudio del grupo focal, las entrevistas a testigos privilegiados y las encuestas a personas relacionadas con la Ciudad Colonial, se pudieron identificar:

- 1.- Los principales espacios de alojamiento cercanos a la zona.
- 2.- Los espacios para comer, tomar y compartir con seguridad en la CC-SD.
- 3.- Los lugares para visitar, pasear y comprar dentro de la ciudad “amurallada”.
- 4.- La necesidad de difundir los beneficios del ocio en la sociedad dominicana.
- 5.- La urgencia de abrir una línea de investigación sobre el ocio y sus efectos.
- 6.- La importancia de establecer una oficina para difundir los estudios de ocio.
- 7.- Lo valioso de crear un observatorio del fenómeno ocio en el Caribe Antillano
- 8.- Lo poco difundido de los conceptos: Ocio, Mecenazgo y Patrocinio Cultural.
- 9.- Los niveles de conocimiento de políticas públicas sobre la cultura del ocio.
- 10.- El desconocimiento del uso apropiado del Tiempo Libre y el Ocio Valioso.
- 11.- La vinculación del patrocinio del ocio en la creación de una Marca País.
- 12.- Las funciones del mecenazgo en el desarrollo de la CC-SD.
- 13.- Los efectos de la intervención del Estado en el desarrollo de las personas y la comunidad de la CC-SD.

Este listado de hallazgos se constituye en un referente que facilitó las conclusiones de esta tesis, con los que se comprueba las hipótesis y los objetivos de esta investigación.

Los puntos señalados anteriormente son indicativos de que se completó el objetivo específico: III.- Seleccionar una zona representativa cuyas características definen un barrio deprimido de la ciudad de Santo Domingo de Guzmán. Y con el objetivo específico: IV.- Determinar el método adecuado para estudiar la zona escogida desde un punto de vista del ocio y el mecenazgo, con el que se completó el estudio empírico de este trabajo investigativo.



# TERCERA PARTE



## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



**CAPÍTULO V**  
**CONCLUSIONES Y**  
**RECOMENDACIONES**  
**DE LA INVESTIGACIÓN**



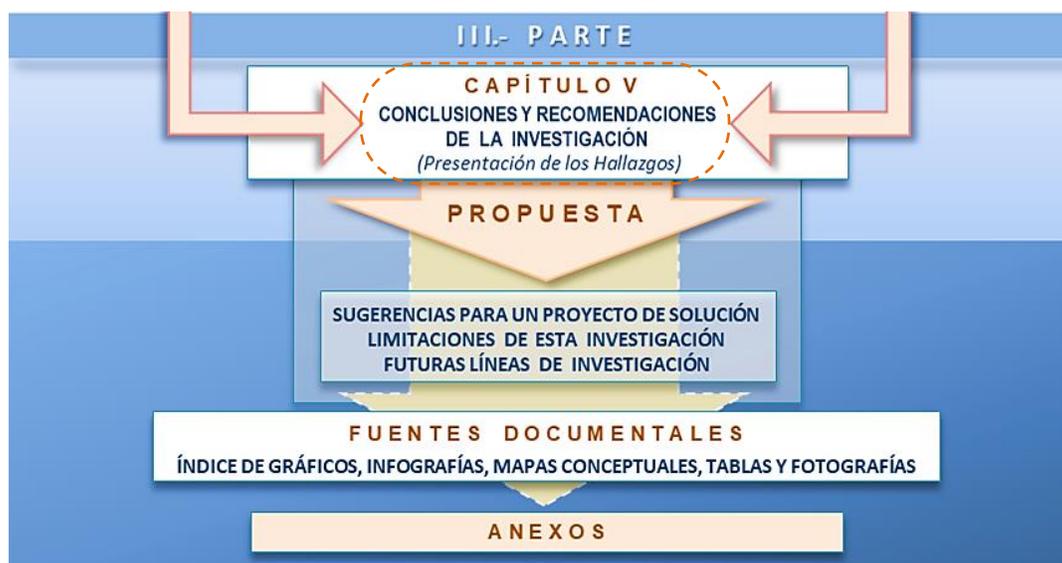
**174 AÑOS DE DOMINICANIDAD Y FUNDACIÓN DE LA REPUBLICA DOMINICANA.**

Arriba, se muestra la Catedral Primada de América, Santa María la Encarnación (1541), El convento de los Dominicos (1510) donde se fundó la “Primera Universidad del Nuevo Mundo” El Altar de la Patria (1976), Panteón Nacional (1793). En la parte de abajo, se ven personas representando a los comunitarios de la Ciudad Colonial, a los testigos privilegiados, también los emblemas de las universidades que tendrán la responsabilidad de difundir la Educación del Ocio y apoyar la Ley de Mecenazgo Cultural.

FOTOMONTAJE 5.0 (Collage realizados con varias fotos e imágenes, Derecho de autor protegido por licencia)

## ❖ PREÁMBULO

En este quinto capítulo abrimos el espacio final para presentar y discutir los datos e informaciones encontrados en esta investigación. En el primer capítulo se expusieron las teorías generales sobre el desarrollo del ocio, sus beneficios y la importancia de la difusión de su pedagogía. Así como la necesidad de una ley que proteja e implemente el patrocinio cultural. En el segundo capítulo se presentaron los conceptos relacionados con el patrocinio cultural, la relación e influencias de las industrias y organizaciones sin fines de lucro con el ocio y los beneficios que esta relación ofrece a las personas y la colectividad. También se expuso, como el concepto Marca País crece con el patrocinio de las industrias creativas y culturales. En el tercer capítulo se abrió un marco reflexivo para estudiar las zonas representativas de la Ciudad Colonial de Santo Domingo de Guzmán (CC-SD). En el cuarto capítulo se concluyó el estudio empírico y se presentaron los hallazgos obtenidos.

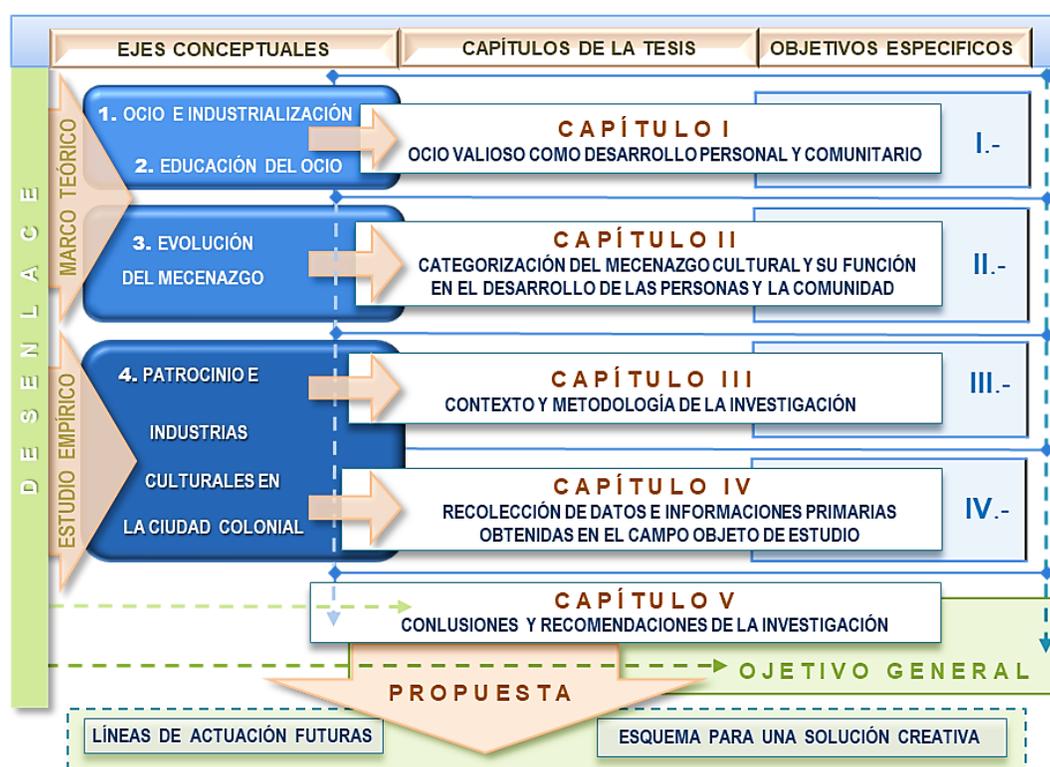


FUENTE: Elaboración propia, 2017

En este quinto y último capítulo de la presente tesis, abordamos el cierre de la investigación. En el primer momento de este apartado, presentaremos la relación de los ejes conceptuales de investigación con los capítulos y objetivos. Después de esto, se expondrán las conclusiones más importantes emanadas del análisis correlacional. En un subapartado, exponemos brevemente las limitaciones que enfrentamos en este estudio, las líneas de investigación en torno al ocio, que deberían de realizarse en República Dominicana. Y finalmente, al cierre de este quinto capítulo, ofrecemos un esquema con el cual contribuimos con la difusión de la educación para maximizar la producción cultural y el consumo del Ocio Valioso en la Ciudad Colonial de Santo Domingo de Guzmán.

## 5.1.- RELACIÓN DE LOS EJES CONCEPTUALES, LA CAPITULACIÓN Y OBJETIVOS

Como ayuda a la comprensión sinóptica, presentamos el siguiente mapa conceptual, en el cual se muestra una estructura que sirvió en el desenlace de la investigación de la tesis. Su desarrollo se realizó a través de un marco teórico y un estudio empírico con cuatro (4) ejes conceptuales, que permitieron analizar las teorías y la evolución del ocio; los principios de educación necesaria para este siglo XXI, la evolución del mecenazgo y las prácticas del patrocinio en las industrias del ocio, especialmente las vinculadas con el turismo en la Ciudad Colonial de Santo Domingo.



FUENTE: Elaboración propia, 2017.

MAPA CONCEPTUAL NO. 5.1. RELACIÓN DE LOS EJES CONCEPTUALES, LOS CAPÍTULOS Y LOS OBJETIVOS.

En esta última parte de la tesis presentamos las contribuciones relacionadas con los ejes conceptuales del marco teórico y el estudio empírico en los que hemos estructurado el cuerpo de la investigación. Antes de pasar a ver los hallazgos, siguiendo los ejes conceptuales y los objetivos específicos, es preciso recordar que el objetivo general de esta tesis fue el de clarificar la función del mecenazgo en el desarrollo de una zona poblacional deprimida, a través de un proyecto vinculado al ocio en la ciudad de Santo Domingo de Guzmán, República Dominicana. Para alcanzar este objetivo general se dio respuesta a otros objetivos de carácter específico, como se aprecia en los epígrafes 5.1.1 y 5.1.2.

### 5.1.1.- Ideas principales vinculadas a los Objetivo I y II

A continuación, presentamos un resumen de los hallazgos obtenidos en los dos primeros capítulos, los cuales conforman el marco teórico de esta tesis. Estos fueron redactados siguiendo tres ejes conceptuales: 1.- Ocio e industrialización, 2.- La educación del ocio y 3.- La evolución del mecenazgo, según se aprecia en el Mapa Conceptual No. 5.2. Esta organización facilitó la ordenación de los aspectos vinculantes entre las realidades presentadas en los capítulos, lo que permitió tener una visión del avance conceptual de estos tres aspectos. Esta evolución se presenta en las próximas páginas a través de una correlación entre los primeros objetivos y las conclusiones de la tesis.



MAPA CONCEPTUAL NO. 5.2.

## CORRELACIÓN DEL OBJETIVO ESPECÍFICO CON LAS CONCLUSIONES Y LAS RECOMENDACIONES

## I.- Especificar los aspectos referenciales de ocio valioso relacionado con el desarrollo personal y comunal

## ➤ EJE NO.1 – OCIO E INDUSTRIALIZACIÓN

El acceso al ocio ha ido cambiando a través del tiempo, debido al desarrollo de la tecnología, la ciencia y las artes. Esto constituye una verdad que ha sido develada por los pensadores que han dedicado su atención a lo largo de la historia, para crear formas únicas de entender el ocio y el trabajo como una relación causa y efecto que se manifiesta a través de las actividades sociales, económicas y políticas. A continuación, presentamos las ideas que indican la relación, industrialización y educación, identificada con el siguiente epígrafe:

❖ LAS PRINCIPALES CONCLUSIONES RELATIVAS A ESTE PRIMER EJE SON LAS SIGUIENTES:

## TRABAJO, OCIO, PENSADORES Y PRÁCTICAS CULTURALES

1. Así como se puede enfocar el desarrollo del trabajo haciendo un símil de una ola del crecimiento tecnológico, también se puede hacer para enfocar cómo la sociedad ha ido asimilando el manejo del ocio durante esos períodos de crecimiento industrial. Por lo que se puede hablar de la necesidad de una “educación glocal” en la Cuarta Revolución Industrial que se inició en esta década del siglo XXI.
2. La clasificación realizada por el Instituto de Estudio de Ocio de Deusto es un gran referente para continuar difundiendo las Teoría de Ocio en Latinoamérica y el Caribe, a través de la educación formal e informal.
3. Lo planteado por pedagogos, filósofos, sociólogos y otros pensadores que hablan sobre la necesidad de aprender a desaprender, para aprender cosas nuevas es imperante en este siglo XXI y ayudaría en la difusión la educación del ocio.
4. El ocio que se practica en esta Cuarta Revolución Industrial es una experiencia que está más relacionada con las Industrias Culturales y Creativas, donde el ocio digital y los vinculados con las prácticas del turismo en sus múltiples variantes van en aumento, una actividad que mueve la economía y afecta positivamente a las personas y a la comunidad.

Correlación del objetivo específico # 1

**I.- Especificar los aspectos referenciales de ocio valioso relacionado con el desarrollo personal y comunal****➤ EJE NO.2 – EDUCACIÓN DEL OCIO**

En el entendido de que la educación y el ocio son dos actividades tan antiguas como la humanidad y que ambas influyen en la crianza, cuidado y bienestar de las personas, se dejó claro que el ocio ha trasmutado a través del tiempo, igual como lo ha hecho la educación, develando la necesidad de reajustar sus propósitos en esta sociedad de Cuarta Revolución Industrial (Cuarta Ola para el siglo XXI). La educación para actualizarse, y ponerse a tono con esta sociedad contemporánea debe incluir en sus planes un enfoque especial para desarrollar, difundir el ocio y promover políticas culturales (ley de mecenazgo y filantropía o patrocinio cultural) para el crecimiento humano. Dentro de estas pautas a tomar para difundir el ocio en el Caribe Insular presentamos los siguientes seis (6) puntos.

**❖ LAS PRINCIPALES CONCLUSIONES RELATIVAS A ESTE SEGUNDO EJE SON LAS SIGUIENTES:****OCIO Y EDUCACIÓN, DESARROLLO HUMANO Y LEY DE PATROCINIO CULTURAL**

1. La educación del ocio es un proceso continuo de aprendizaje que incorpora el desarrollo de actitudes, valores, conocimientos, habilidades y recursos de ocio.
2. Los sistemas de educación formal e informal cuentan con una posición privilegiada para implantar la educación del ocio, alentar y facilitar la participación de las personas en este proceso.
3. La educación del ocio ha sido reconocida como parte del campo de la educación, pero no ha sido puesta en la práctica ampliamente en Latinoamérica y el Caribe.
4. La educación del ocio ha sido percibida como una parte importante del proceso de socialización, en el cual distintos agentes culturales juegan un papel importante.
5. El ocio ha sido considerado importante para el desarrollo humano durante más de dos siglos y seguirá siéndolo por mucho más, pues es parte del ciclo de vida de las personas.
6. Los profesionales que laboran en las Industrias de ocio, las Industrias Culturales y Creativas de hoy, necesitan desarrollar currículos y modelos de formación adecuados a las necesidades del futuro y la preparación de los profesionales del mañana que buscan ser innovadores. De ahí la importancia de la aprobación del un régimen legal que promocióne el patrocinio cultural en el país. (Ley de mecenazgo y filantropía).

## CORRELACIÓN DEL OBJETIVO ESPECÍFICO CON LAS CONCLUSIONES Y LAS RECOMENDACIONES

## II.- Conocer las funciones del mecenazgo en el desarrollo local a través de proyectos de ocio

## ➤ EJE NO.3 – EVOLUCIÓN DEL MECENAZGO

Para iniciar el cumplimiento de este objetivo específico No. 2, vinculado al capítulo II, titulado: “Concepto y Categorización del Mecenazgo Cultural”, se estudió el origen de la práctica de esta actividad o patrocinio cultural, como también se le conoce, y se encontró su vinculación con los conceptos caridad y filantropía, los cuales han evolucionado a otros cuyos significados se adaptan y representan la acción de hacer crecer la cultura en la contemporaneidad. Las conclusiones del capítulo dos muestran acciones que debemos efectuar en suelo dominicano para promover acciones puntuales que fortalezcan el Patrocinio Cultural (Mecenazgo Cultural).

❖ LAS PRINCIPALES CONCLUSIONES RELATIVAS A ESTE TERCER EJE SON LAS SIGUIENTES:

## EVOLUCIÓN DEL MECENAZGO HACIA A UNA PROPUESTA DE CLASIFICACIÓN DEL PATROCINIO

1. La actividad de mecenazgo y filantropía o patrocinio cultural tiene un origen más allá de su registro en el antiguo Imperio romano. Su aparición se relaciona con el hecho de ser caritativo, solidario y fraterno. En contraposición a la caridad, surge “la filantropía” introducida por Juliano II (s.IV), cuyos fines eran y siguen siendo los mismos, ayudar a la humanidad sin interés alguno.
2. El primer modelo de política cultural en Europa fue iniciado por Gaius Cilnius Maecenas, (70 y 8 a. C.) quien protegía y apoyaba económicamente a los artistas, para que desarrollaran sus trabajos. Esta actividad es conocida hoy como mecenazgo, un término designado por el poeta francés Clément Marot en 1526.
3. El mecenazgo ha trascendido y se define como la actividad de protección a artistas, científicos, investigadores y activistas sociales, para que desarrollen sus trabajos, el cual ha evolucionado desde la Edad Media. Hoy se percibe de distintas maneras a la clásica, dando origen a varias formas de patrocinio.
4. La actividad filantrópica rivaliza hasta nuestros días con la de mecenazgo, al ser asimilados ambos términos por la cultura universal como actividad de cuidado a la naturaleza humana, el amor a la creación divina y al cosmos. Los términos caridad, filantropía y mecenazgo se han ido perfilando a través de sus usos desde hace un poco más de dos milenios. Estos conceptos han evolucionado, llegando a conocerse como: “*sponsoring, endorsment y crowfounding*”, patrocinio, endoso y micromecenazgo (Micro-patrocinio) y otros términos como Cooperación de Marcas (*Cobranding*), y Responsabilidad Social Empresarial o Responsabilidad Social Corporativa (RSE o RSC).

Continuación de la correlación del objetivo específico # 2

**II.- Conocer las funciones del mecenazgo en el desarrollo local a través de proyectos de ocio****➤ EJE NO.3 – EVOLUCIÓN DEL MECENAZGO**

Para continuar presentando los alcances de este objetivo específico No. 2, se enfocó la conexión del fenómeno del ocio con el patrocinio cultural a través de la correlación de las actividades productivas, donde el trabajo y el tiempo libre se interaccionan para hacer cambiar el comportamiento de las personas a través del ocio que se promueve desde las industrias culturales y creativas. Las tres (3) puntualizaciones que se presentan a continuación, trazan líneas generales que deben ser difundidas a fin de fortalecer los programas de desarrollo humano patrocinados por el sector privado y el Estatal en el ámbito de la educación y promoción de puestos de trabajo.

**❖ LAS PRINCIPALES CONCLUSIONES RELATIVAS A ESTE TERCER EJE SON LAS SIGUIENTES:****BIENESTAR A TRAVÉS DE LAS "ICC" CON EL PATROCINIO CULTURAL**

1. Las experiencias positivas medidas en las encuestas: Índice de Experiencia Positiva en el Mundo”, “Índice del Planeta Feliz” y “el Informe Mundial de la Felicidad” de manera indirecta plantearon durante los últimos cinco (5) años, que la felicidad fue obtenida por verdaderas prácticas de Ocio Valioso y no por un trabajo asalariado. En estas mediciones se pudo notar que el papel de las ICC salió a relucir como uno de los sectores que está aportando más bienestar a la gente. Lo que es comprobable mediante el PIB de cada país.
2. El surgimiento de la Economía Creativa o Economía Naranja se ha afianzado. Esta actividad comenzó a difundirse desde el 2010, al delimitar y definir la relación entre trabajo asalariado, economía, cultura, ocio y comunicación, eliminándose las fronteras entre los dominios de cada concepto. Con esto saliendo a flote las bondades e interrelación entre los referidos conceptos, cuyos beneficios se están dando a conocer en Europa y Latinoamérica como Industrias Culturales y Creativas (ICC). Estas industrias son definidas por la UNESCO en importantes foros como sectores que producen y comercializan bienes y servicios culturales, artísticos y patrimoniales.
3. Estudios sobre el hábito y prácticas culturales realizados desde el 2009 al 2016 comprueban que las ICC vienen tomando fuerza en Latinoamérica y el Caribe, al viabilizar a través de las actividades culturales: salud, descanso, diversión y desarrollo a sus pobladores en sus momentos de ocio. Así se demostró en el periodo de los años 2013 - 2014 en la encuesta de consumo cultural de los dominicanos, según el Banco Central RD y la Cuenta Satélite de Consumo Cultural 2015.

Continuación de la correlación del objetivo específico # 2

**II.- Conocer las funciones del mecenazgo en el desarrollo local a través de proyectos de ocio****➤ EJE NO.3 – EVOLUCIÓN DEL MECENAZGO**

Para finalizar con el objetivo específico No. 2, hacemos una reiteración de la importancia de las ICC en la creación de empleos relacionados con el fenómeno del ocio y el patrocinio cultural, en el entendido de que muchos de estos puestos de trabajos han sido creados gracias al patrocinio del Estado y del sector privado.

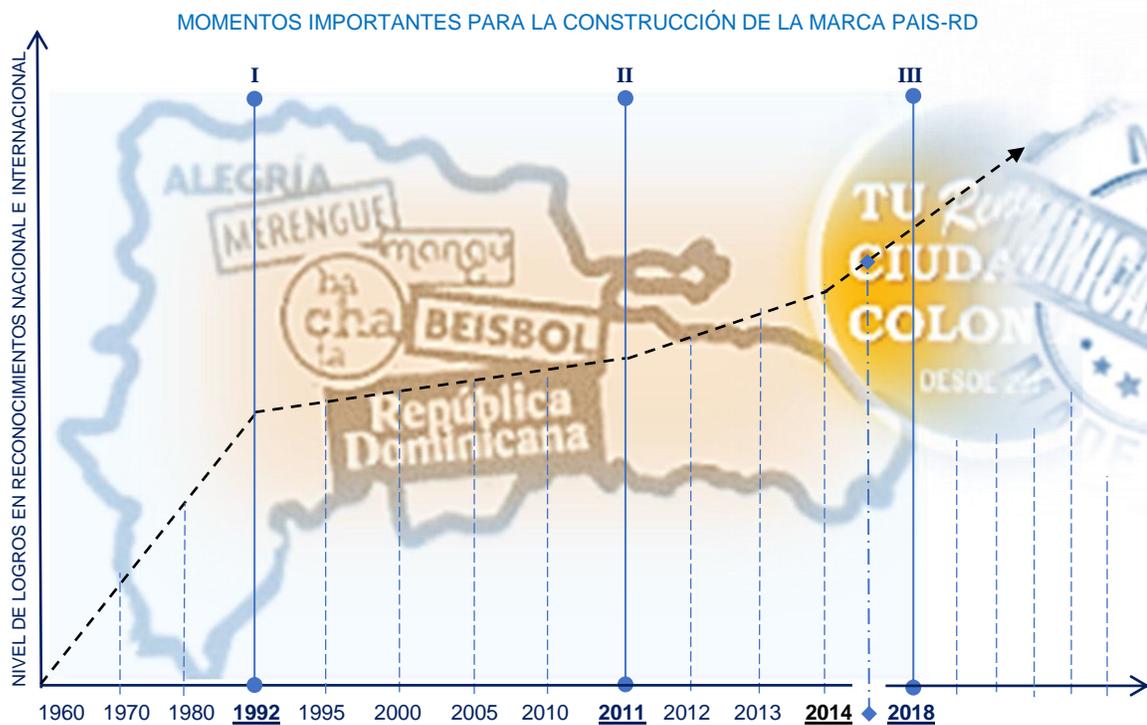
Las conclusiones que se exponen a continuación provienen de datos mundiales que pueden aplicarse a Latinoamérica y a las Islas del Caribe, pues todas tienen potencial para ofrecer productos y bienes culturales, artísticos y patrimoniales, muy similares. Por eso, las informaciones que se ofrecen en este cuadro son un referente general, para que sirva de base en al contrastarlos con los datos que se presentara en el Marco Empírico, donde se toca la Ciudad Colonial de Santo Domingo de República Dominicana.

❖ **LAS PRINCIPALES CONCLUSIONES RELATIVAS A ESTE TERCER EJE SON LAS SIGUIENTES:****DESAFÍO DE CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIAS DEL OCIO EN EL CARIBE INSULAR**

1. Es un hecho que los momentos de crisis son más propicios para cambiar paradigmas, los cuales son estimulados por mecenas, filántropos y patrocinadores con intenciones comerciales, altruistas, o humanistas, interesados en que las personas y la comunidad obtengan bienestar. El cambio es inminente, si queremos lograr mayores beneficios en esta “Cuarta Ola del Desarrollo de la Humanidad” donde aparece una “Nueva Revolución Industrial”. Un momento en el cual los patrocinios deben ser más efectivos para que las personas comprendan y produzcan mejor en esta nueva era digital, donde se debe trabajar a fondo en el campo de las artes, el patrimonio cultural y las ICC, a fin de dar soluciones a problemas globales que afectan a la República Dominicana y a las demás naciones que componen el “Caribe Insular”.
2. Los países de la región del Caribe Insular están creando y desarrollando sus ofertas turísticas, hasta convertirlas en actividades comerciales de primer orden para sus economías, al involucrar la producción, el consumo de las artes y el patrimonio cultural, como las actividades que han de generar empleos. Por eso están aumentando su inversión en turismo para crear puestos de trabajo, lo que trae consigo ofertas de ocio y reenfoques de la educación tradicional. Esta es una buena medida para cambiar a una nación más acorde con el siglo XXI, en la que debemos ser más competentes y hábiles, a fin de que podamos ser mejores ciudadanos en “ciudades que apuestan a ser inteligentes”, cuyas economías se enfocan al

desarrollo tecnológico, científico y artístico; sin olvidarse que el trabajo se hace más efectivo cuando se planifica e integran actividades dentro de algunas de las dimensiones de Ocio Valioso.

3. Los gobernantes de las principales islas del Caribe Antillano ya han comenzado a comprender que la economía es afectada positivamente por los puestos de trabajo que se crean en las áreas que comprenden las ICC, en las cuales se generan productos y se crean nuevos espacios para la práctica de ocio y negocios que contribuyen al PIB nacional.
4. El patrocinio cultural ejercido por los mecenas, filántropos a través de sus ASFL y ONG contribuyen con el desarrollo de los conceptos “Marcas Sectoriales y Marca País”, los cuales se complementan para fortalecer las estrategias de posicionamiento de República Dominicana en el mercado global vinculados a las Industrias Culturales y Creativas.



LEYENDA: (Fuente: Elaboración propia 2018)  
 I.- DECLARACIÓN PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD DE LA ZONA COLONIAL, UNESCO,1992  
 II.- ESTUDIO MARCA PAIS REALIZADO POR EL CIRD, 2011  
 III.- REACONDICIONAMIENTO DE LA ZONA COLONIAL, MITUR PFTCC-2014 / 2018

INFOGRAFÍA No. 5.1. MARCA PAÍS EN CONSTRUCCIÓN. Ver más información en: 2.2.2.- Papel de las Industrias Culturales y Creativas en la viabilidad del ocio, 2.2.4.- Una Marca País vinculada a la necesidad de la difusión de las practicas de ocio valioso en el país y en el Cuarto Capítulo, Cuadro Analítico No. 13.

### 5.1.2.-Ideas principales vinculadas a los Objetivos III y IV

Bajo este epígrafe, presentamos los hallazgos encontrados en los capítulos tres y cuatro, los que componen el estudio empírico de este estudio investigativo, redactado siguiendo el tercer eje conceptual titulado: La evolución del mecenazgo, el cual generó una cantidad de conclusiones, que catalogamos bajo los siguientes subtítulos según se muestra en el Mapa Conceptual No. 5.3.



MAPA CONCEPTUAL NO. 5.3.

## CORRELACIÓN DEL OBJETIVO ESPECÍFICO CON LAS CONCLUSIONES Y LAS RECOMENDACIONES

**III.- Seleccionar una zona representativa cuyas características definan un barrio deprimido de la ciudad de Santo Domingo de Guzmán****➤ EJE NO. 4 - PATROCINIO E INDUSTRIA CULTURAL EN LA ZONA COLONIAL DE SANTO DOMINGO**

Con el Capítulo III, titulado: Concepto y categorización del mecenazgo cultural, se inició el Estudio Empírico, en donde se escogió una de las zonas pobres de la ciudad de Santo Domingo de Guzmán de las tantas que necesitan ser rescatadas. Esta correlación se redactó en cuatro secciones, atendiendo a las variables dependientes: Necesidad de patrocinio; Desarrollo de comunidades deprimidas; Selección de la zona a ser estudiada; Espacios de ocio en la Ciudad Primada de América, las cuales se exponen en los siguientes párrafos.

❖ **LAS PRINCIPALES CONCLUSIONES RELATIVAS A ESTE CUARTO EJE SON LAS SIGUIENTES:**

## NECESIDAD DE PATROCINIO PARA EL DESARROLLO DE COMUNIDADES DEPRIMIDAS

1. Nos encontramos en “la Cuarta Revolución Industrial” en la cual se proyectan cambios vertiginosos para el año 2025, particularmente para las Industrias Culturales y Creativas. Se espera que para el 2030 se puedan identificar los países que crecieron y los que se quedaron rezagados, dado que la tecnología, la ciencia y las artes permitirán que las riquezas se gestionen a distancia geográfica y de manera colaborativa a través de los multimedios de comunicación que cada día se perfeccionan y tienen mayor cobertura en más países. Realidad que debe ser tomada en cuenta en cualquier propuesta de estudios y difusión del ocio.
2. Quedó confirmado que el Estado es el mayor patrocinador del bienestar de la nación. Un reto que tiene que asumir con el sector privado y de manera mancomunada para favorecer el crecimiento de la cultura, siempre bajo reglas claras en donde las partes salgan beneficiadas, según sus aportes.
3. Para el establecimiento de un buen patrocinio cultural en el país, lo primordial es hacer un enfoque sobre los desafíos que enfrentan los mecenas y filántropos para establecer un sistema de protección legal, donde esta acción se vea como una inversión en la planificación del presupuesto y no como un gasto.
4. Se comprobó que una ley de patrocinio cultural no solo es necesaria, sino que es importante para los gobiernos de Latinoamérica, pero solo unos pocos tienen leyes del mecenazgo o de la filantropía, por lo cual se debe pedir imperativamente que se apruebe una ley que ampare a todos los sectores culturales, científicos y artísticos.

5. La mayoría de los países de la región reconocen en sus constituciones, apoyo al desarrollo de la cultura, pero no invierten lo que demanda la comunidad. Esta afirmación pudo ser comprobada específicamente en este estudio, al ver el estancamiento del proyecto de ley mediante el cual se establece el régimen de incentivo y fomento del Mecenazgo Cultural en la República Dominicana, sometido al Congreso en el 2012. Ante la falta de mejores incentivos para el apoyo cultural, obliga a las empresas privadas a escudarse en otras leyes que les permitan practicar una responsabilidad que debe ser compartida, incluso con el mismo Estado. Este descuido hace que dichas instituciones limiten las ayudas financieras y den prioridad a los proyectos que no afecten el compromiso fiscal de sus empresas.



COLLAGE FOTOGRÁFICO No. 5.1. La aprobación de la Ley de Mecenazgo propiciaría el desarrollo de las Industrias Culturales y Creativas en el país.

Continuación de la correlación del objetivo específico # 3

**III.- Seleccionar una zona representativa cuyas características definan un barrio deprimido de la ciudad de Santo Domingo de Guzmán**

**➤ EJE NO. 4 - PATROCINIO E INDUSTRIA CULTURAL EN LA ZONA COLONIAL DE SANTO DOMINGO**

La selección de la zona geográfica de esta investigación comenzó con una reseña de los momentos que marcan el desarrollo histórico de la República Dominicana. Se identificaron fuentes secundarias para contestar las interrogantes: ¿Cuán pobre es Santo Domingo de Guzmán? ¿Cuán pobre es el Distrito Nacional y la Ciudad Colonial? los datos e informaciones que contribuyeron con las respuestas a estas preguntas nos puso en contacto con la primera etapa del Programa de Fomento al Turismo de la Ciudad Colonial (PFTCC-SD), un proyecto realizado entre el Estado y el sector privado, con fondos del BID y algunas ASFL y ONG (1ra. Etapa, 2014 al 2018).

❖ **LAS PRINCIPALES CONCLUSIONES RELATIVAS A ESTE CUARTO EJE SON LAS SIGUIENTES:**

SELECCIÓN DE LA ZONA PARA HACER EL ESTUDIO DE CAMPO

1. En esta investigación quedaron señalados los espacios urbanos de la CC-SD que más necesitan la ayuda para su desarrollo, dentro de los que se encuentran los barrios San Lázaro, San Miguel, San Carlos, San Antón, La Atarazana y Santa Bárbara, este último es el que más necesita mejorarse. Según las indagaciones que realizamos, se comprobó que los demás barrios están señalados junto a otras áreas de la CC-SD para ser reconstruida en la 2da. Etapa del PFTCC-SD.
2. La zona geográfica en donde se realizó el estudio no es la más pobre, la misma se escogió por existir en ella, un Programa de Fomento al Turismo Ciudad Colonial (PFTCC-SD), que tiene como propósito el rescate de las industrias, culturales, turísticas y recreativas de la CC-SD. Su ubicación es la histórica ciudad de Santo Domingo de Guzmán, en el Distrito Nacional, en donde se encuentra la Zona Colonial, que ocupa un kilómetro cuadrado, bordeada por el río Ozama y las tres provincias que conforman el Gran Santo Domingo, el cual posee una población de 4,259,790. En el área de la Zona Colonial viven 7,750 personas.
3. La Oficina Nacional de Estadísticas (ONE) ha estimado que hasta el 2017 la población en República Dominicana era de 10,445,281 personas: y según un estudio reciente, titulado “*Genografihic*” los dominicanos poseen un 39% de ADN de ancestros europeos, un 49% africano y un 4% precolombinos, es decir habitantes nativos, lo cual confirma que los dominicanos somos una “mezcla multi racial”. Así pues, la CC-SD está poblada en su mayoría por personas mestizadas.

Continuación de la correlación del objetivo específico # 3

### III.- Seleccionar una zona representativa cuyas características definan un barrio deprimido de la ciudad de Santo Domingo de Guzmán

#### ➤ EJE NO. 4 - PATROCINIO E INDUSTRIA CULTURAL EN LA ZONA COLONIAL DE SANTO DOMINGO

Tres estudios realizados en los últimos ocho (8) años reportan datos sobre el desarrollo de la Ciudad Colonial Santo Domingo (CC-SD), en esta parte presentamos datos que emanaron de los siguientes estudios: I.- Censo de Población y Vivienda en la Ciudad Colonial (CPV-CC, 2015.), II.- Encuesta Turística en Puerto Aéreo y Marítimo durante el periodo 2010-2016 y actualizado con datos de Clúster Turístico de Santo Domingo y el PFTCC-SD. III.- Informe del Observatorio Turístico de la Ciudad Colonial (OT-CC), representado por los ejecutivos del PFTCC-SD expuesto en el 2017.

❖ LAS PRINCIPALES CONCLUSIONES RELATIVAS A ESTE CUARTO EJE SON LAS SIGUIENTES:

#### LOS ESPACIOS DE OCIO EN LA CIUDAD PRIMADA DE AMÉRICA

1. Se comprobó que la CC-SD es un sector muy dinámico, que mantiene un proceso incesante de reconfiguración de su estructura empresarial. Con frecuencia se constituyen nuevas empresas y otras desaparecen para ser reemplazadas por otras más a tono con la demanda de los visitantes de la Zona.
2. Se consideraron doce (12) categorías de negocios. Y se registraron 935 empresas, que representaron el 74% de todas las que se encontraron activas para el 2015. A tres años de la implementación del Programa de Fomento al Turismo de la Ciudad Colonial (PFTCC-SD), la realidad ha cambiado según lo afirma el Observatorio Turístico de la Ciudad Colonial (OT-CC) de Santo Domingo.
3. Para el año 2017 el OT-CC registró que el 90% de los visitantes viene por ocio y el 10% lo hace por negocio. La cantidad de turistas que pernoctaron cada día en la Zona creció un 12%, a junio de 2017. La llegada de visitantes a la CC-SD se incrementó desde 1,067,330 turistas en el 2007 hasta 1,499.083 en el 2017 para presentar un incremento de 437, 757 en una década. Se espera que con los arreglos de la ciudad las visitas se incrementen, hasta sentirse en la economía de los pobladores de la zona y en el PIB nacional.



INFOGRAFÍA No. 5.2. TITULARES DE DIARIOS DIGITALES QUE REFIEREN LOS HALLAZGOS

## CORRELACIÓN DEL OBJETIVO ESPECÍFICO CON LAS CONCLUSIONES Y LAS RECOMENDACIONES

## IV.- Recolección de Datos e Informaciones Resultados y Hallazgos

➤ EJE NO. 4 - PATROCINIO E INDUSTRIA CULTURAL  
EN LA ZONA COLONIAL DE SANTO DOMINGO

Al finalizar el capítulo III, se describieron los instrumentos con los que se levantaron las informaciones primarias y secundarias, cuyos datos permitieron confirmar las informaciones que han publicado los organismos, las oficinas y los responsables del PFTCC-SD, así como también, lo que piensan los comunitarios de la CC-SD.

Los instrumentos de recolección aplicados en esta tesis reunieron los requisitos de confiabilidad y validez. Estos consistieron en cuatro guías: la 1ra. permitió identificar los lugares que ofrecen servicios a los visitantes de la Zona y que contribuyen con la promoción de las ofertas de ocio en la CC-SD; la 2da. consistió en una guía de entrevista focalizada, aplicada a profesores universitarios; la 3ra. suministró las pautas para hacer las entrevistas a las personas que dirigen centros culturales ubicados en la Zona Colonial; el 4to instrumento fue una encuesta estructurada, aplicada a personas que viven o trabajan en la Zona. (Ver puntos 3.6 y 3.7).

Conforme a este objetivo No. IV y la aplicación de los instrumentos explicados en el punto 3.5, cuyo desarrollado se presentan en el cuarto capítulo. Los datos e informaciones del estudio de campo se constituyen en las conclusiones de esta tesis. A continuación, ofrecemos seis (6) puntos que recogen los resultados más sobresalientes obtenidos con la guía de exploración en portales de internet.

❖ LAS PRINCIPALES CONCLUSIONES RELATIVAS A ESTE CUARTO EJE SON LAS SIGUIENTES:

## INFORMACIONES ENCONTRADAS EN LA WEB

1. A través de *TripAdvisor*, *Google Comments*, *Facebook*, *Foursquare*, se identificaron dentro del área que ocupa geográficamente la CC-SD los siguientes: doce (12) de los mejores hoteles, dieciocho (18) de los mejores bares, diez (10) restaurantes; los primeros cinco (5) museos que están en todas las listas de los más visitados (1.- Museo Memorial de la Resistencia, 2.- Museo de las Casas Reales, 3.- Museo Infantil Trampolín, 4.- Museo de las Telecomunicaciones y 5.- Museo de la Catedral). Es importante acotar que las instituciones citadas por los sitios web cambian en su orden en la lista de preferencias a través del tiempo, pero en su mayoría siguen siendo referidas por los usuarios dentro de las primeras veinte (20), (ver Infografía No.5.2).
2. En la zona existen cuatro (4) “Museos Galerías de Arte”, dedicados a cuatro artistas, una especie de lugar “in memoriam”. En sus espacios se dan oportunidades a otros artistas y al público en general, al ofrecerles talleres, charlas y actividades docentes sobre el arte. Estos son: El Museo-Galería Fernando Defilló, Fundación-Taller Silvano Lora, Fundación-Galería Juan Mayí,

Sangionanni Art Galery & Studio. Aunque no fueron referidos por los sitios web, hacemos mención del Colegio de Artistas Plásticos y la Escuela Nacional de Bellas Artes, por ser espacios apadrinados por el Estado para difundir la cultura artística no solo a la zona sino a todo el país.

3. Dentro de los espacios que se pueden recibir grandes cantidades de personas en un solo evento se identificaron los siguientes: Tres (3) importantes auditorios, identificados con los nombres: Cristóbal de Llerena, Centro de las Telecomunicaciones y Centro Cultural Banreservas. Dos (2) teatros y un cine: Guloya, Las Máscaras y *The Colonial Gate 4d Cinema*, aunque también se presentan obras en algunos bares, en espacios abiertos, así como en plazas y parques. La CC-SD tiene más de veinte (20) salas de exposiciones de artes visuales, su crecimiento es variable, se identificaron espacios que al parecer serán destinados a nuevas galerías de artes o tienda de regalos; también identificamos las siguientes ASFL: el Centro Cultural de España en Santo Domingo (CCESD), Centro Cultural Banreservas, Fundación Casa de Teatro, Casa de Francia. Otras casas se erigen en el lugar, pero no tienen los mismos niveles de actividad (Casa de Alemania y Casa de Italia).
4. Las rutas turísticas y eventos culturales están tomando cada vez más auge. Desde que comenzó la intervención Estatal con el PTFCC-SD, han surgido varios negocios de los que mencionamos: Zona Bici; Trike; Chu Chú / Tren, Bonyé y otros espacios culturales que se han abierto en la Zona para bailar bachata, merengue y son; Noche de Jazz, evento musical que se hace por temporada y la Noche Larga de los Museos entre otros.
5. Para compras de regalos y recuerdos, el visitante dispone de espacios icónicos como el Mercado Modelo, ubicado fuera de la muralla colonial, donde se puede encontrar una gran variedad de recuerdos dominicanos, la Casa de los Dulces y tiendas especializadas en artesanías, vendedores minoritarios que se están organizando poco a poco a través del PTFCC-SD.
6. Se identificaron quince (15) lugares religiosos y sacros, la mayoría iglesia católicas en la CC-SD, dentro de los más conocidos están: 1<sup>ro</sup>. la Catedral Santa María la Menor, 2<sup>da</sup>. el Panteón Nacional, 3<sup>ro</sup>. el Altar de la Patria. 4<sup>to</sup>. La Iglesia del Convento de los Dominicos y 5<sup>to</sup> la Iglesia Santa Barbara.

*Continuación de la correlación del objetivo específico # 4*

#### IV.- Recolección de Datos e Informaciones Resultados y Hallazgos

##### ➤ EJE NO. 4 - PATROCINIO E INDUSTRIA CULTURAL EN LA ZONA COLONIAL DE SANTO DOMINGO

Tomando en consideración que esta investigación se vincula con la Educación del Ocio (Eje No. 2), se realizó un estudio focal en la Universidad Autónoma de Santo Domingo (UASD) en el primer cuatrimestre de 2016, motivado por la necesidad de saber cómo piensan los profesionales de la educación superior sobre el ocio. Pues, es de suponer que los docentes de esa institución deben estar bien informados sobre el impacto económico, social y cultural que tienen las industrias del ocio en las personas. Este estudio se tituló Mesa de Discusión sobre el Ocio en la Sociedad Dominicana. Las informaciones obtenidas en este evento ayudaron a identificar las pautas que se deben tomar en cuenta para hacer una propuesta de solución al objeto de estudio (Ocio, Mecenazgo Cultural y Políticas Públicas).

❖ LAS PRINCIPALES CONCLUSIONES RELATIVAS A ESTE CUARTO EJE SON LAS SIGUIENTES:

#### INFORMACIONES OBTENIDAS MEDIANTE UN GRUPO FOCAL

1. Los profesores-investigadores presentados en la Fotografía No. 5.2. enumeraron los beneficios de las buenas prácticas de ocio, una afirmación reveladora, que contrastó con el hecho de que la mayoría dijo haber disfrutado y descansado en sus tiempos libres sobre todo en vacaciones de Semana Santa, de medio año, de Navidad y de inicio de año, pero que no lo entendían como momentos de ocio. Fue confirmado que la simple mención del concepto les da una “especie de vergüenza”.
2. A pesar de que viene difundándose el concepto contemporáneo del ocio desde hace más de una década en Latinoamérica y particularmente en el Caribe se tiende a relacionar el ocio con pérdida de tiempo. Esto motivó a los participantes sugerir que se debe continuar haciendo este tipo de discusiones sobre el ocio en la sociedad dominicana.
3. Las participantes se mostraron a favor de que se comience a investigar y difundir que el ocio bien llevado es positivo. Los docentes informaron que hay posibilidades para que la población acepte las teorías del ocio a través de las Industrias Culturales y Creativas, puesto que lo discutido se relacionó con el uso del tiempo libre y las prácticas positivas del ocio, así lo refieren varios de los profesionales y agregaron, que en la UASD se impartió en 2005 una Maestría en ICC, pero que no saben por qué no se ha vuelto a ofrecer.

Continuación de la correlación del objetivo específico # 4

## IV.- Recolección de Datos e Informaciones Resultados y Hallazgos

➤ **EJE NO. 4 - PATROCINIO E INDUSTRIA CULTURAL EN LA ZONA COLONIAL DE SANTO DOMINGO**

Con la intención de indagar sobre el patrocinio en la CC-SD, se consultaron cinco (5) personalidades, quienes proporcionaron informaciones privilegiadas por su condición de directivos gubernamentales y de empresas privadas dedicadas al turismo y a la educación. Se conformaron tres sectores que ofrecieron informaciones respecto al conocimiento de los conceptos de mecenazgo y patrocinio. Además, la comprensión de políticas públicas sobre la cultura del ocio, los conceptos de tiempo libre y ocio y la vinculación de la Marca País con el Patrocinio Cultural.

Para hacer más fácil la explicación de las conclusiones, nos referiremos a los testigos como: Sector Privado (*representado por CTSD, y Kin. Sánchez, JVCC-SD, Pedro. del Castillo*); Sector Público (*representantes de MITUR - Maribel Villalona y MICUL, C. Santos Durán*) y Sector de Educación (*UNAPEC, Luis Felipe Aquino, también representantes de la Bosa Turística de Santo Domingo*). Las informaciones se agruparon bajo cuatro unidades, las cuales facilitaron la exposición de los hallazgos.

❖ **LAS PRINCIPALES CONCLUSIONES RELATIVAS A ESTE CUARTO EJE SON LAS SIGUIENTES:**

INFORMACIONES ENCONTRADAS A TRAVÉS DE LAS ENTREVISTAS A TESTIGOS PRIVILEGIADOS

1. La Junta de Vecinos de la Ciudad Colonial de Santo Domingo (JVCC-SD) integra 12 juntas de vecinos y una asociación de comerciantes de la calle el Conde, las cuales representan a los residentes en la Zona. Su presidente informó que ellos reciben ayudas y cuando necesitan hacer algunas actividades para la comunidad solicitan patrocinio. Es a ellos a quienes hay que patrocinarlos. La JVCC-SD son facilitadores del desarrollo de la Ciudad Colonial y los aportes que reciben ellos los transfieren a la vecindad. Según la Lista No. 4.5 algunas un no han sido reconocidas.
2. El CTSD afirma que patrocinan todo lo que ayude a desarrollar los negocios y empresas de la Zona, en especial las que están en el Clúster Turístico. Se refirió a Casa de Teatro, en la figura de su director como mecenas, "...pues ellos reparten todo lo que le dan sus amigos dueños de negocios y empresas". Así se refirió este representante del sector privado. (Ver estructura del CTSD en la Lista No. 4.6).
3. Sector Público (estatal) es responsable por brindar cultura y mejorar la vida de los ciudadanos a través del turismo, entiende que deben patrocinar el progreso, bien sea a través de la caridad, el mecenazgo y la filantropía según lo permitan las leyes dominicanas.

4. Sector de educación hace de mecenas, al patrocinar exposiciones y presentaciones artísticas y científicas en sus instalaciones, las IES tienen en sus estatutos las directrices expresas cuando dicen que se dedican a la extensión e investigación, y para cumplir con esta deben patrocinarlas.
5. Los tipos de patrocinio que más se realizan en la Ciudad Colonial son el altruista y el religioso. No consideraron el patrocinio comercial, pues en sus haberes no endosan ninguna actividad en busca de un lucro. La JVCC-SD dijo que trabajan sin interés mercantil, que son una institución creada para ayudar a la gente y el CTSD es una institución que no se dedica a comercializar sus servicios. Así mismo, el MITUR y el MICUL tienen programas dirigidos a patrocinar eventos que van en pro del desarrollo humano, sin entrar en el área de los negocios de la empresa como tal, sino más bien, del desarrollo del arte y la cultura, son para motivar que sean ellos los que hagan negocios.
6. Los representantes de los sectores público, privado y de educación informaron que los eventos culturales relacionados con el ocio que promueven las buenas costumbres en el país son: las fiestas patrias, el carnaval, las procesiones religiosas, la noche de los museos, la noche de Jazz, los conciertos de merengue, la muestra de artesanía, la Feria del Libro, las convocatorias de proyectos culturales, la celebración de la bienal de Artes Plásticas. Reafirmaron que sus familias participan en esas actividades, siempre que tienen tiempo.
7. Los entrevistados informaron que la Constitución garantiza el tiempo libre y el ocio de los ciudadanos. Mencionaron el proyecto de Ley de Mecenazgo, la Leyes 108-10, que promueve el desarrollo de la Industria del Cine y las leyes números 41-00, y 56-10, las cuales sirven de marco legal para apoyar la cultura dominicana.
8. Sobre el conocimiento de la ley de Mecenazgo y la Ley de Cine, los entrevistados de los tres sectores, respondieron conocer de la existencia de una propuesta de ley de Mecenazgo y que lamentaban que aún no haya sido aprobada. Ellos creen que ayudaría al fortalecimiento y crecimiento de la Zona.
9. Todos los dominicanos pueden tener un momento de ocio cuando lo deseen, eso dijeron los entrevistados. En sus respuestas refirieron que los fines de semana

largos provocados por algún feriado, los habitantes de Santo Domingo proceden a irse a sus lugares de origen, (provincia natal) a vacacionar, o celebrar con sus familias, o para hacer lo que les plazca.

10. Los sectores: público, privado y educación creen que el ocio puede ser negativo y positivo. Los entrevistados identificaron que el ocio puede ser para bien o para mal, no argumentaron mucho, pues solo se refirieron a la ociosidad y a la vagancia cuando se tiene tiempo y no se sabe qué hacer.
11. A través de las labores de los sectores entrevistados, se aprecia que están inmersos en la creación de una Marca País, tanto el accionar del CTSD, que ha estado trabajando con la proyección no solo de la Zona sino de todo el país. El MICUL y el MITUR que trabajan protegiendo y difundiendo la cultura y que en los últimos cinco años han redirigido sus esfuerzos para crear una Marca Sectorial que refleje a la CC-SD hacia el mundo, lo que ha comenzado a ocurrir con el Programa de Fomento de Turismo de la Ciudad Colonial de Santo Domingo, (PTFCC-SD) cuyo eslogan es “Tu Renovada Ciudad Colonial, desde 2013”. Como elementos autóctonos que ayudan en la construcción de la “Marca País” y la “Marca Sectorial”, refirieron, las fiestas religiosas, las festividades patrióticas, el merengue, la bachata, el son, el carnaval, la gastronomía, la ecología, la arquitectura, la historia de primacías en suelo dominicano y el turismo en todas sus variantes (playas, salud, cultura etc.)
12. Con relación al concepto Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o Marketing Social, los entrevistados dijeron que están practicando esta actividad según lo plantea la misión, visión de sus respectivos ministerios y empresas. En el año 2017, el Ministerio de Cultura realizó un evento para difundir el concepto de RSE a empresas del país. Sobre el concepto de Marketing Social no refirieron información. hasta el momento ha sido la única que ha realizado este tipo de actividad de concienciación para los industriales que practican algún tipo de patrocinio cultural.

FOTOGRAFÍA No. 5.2.  
Afiche promocional del evento que organizaron el Ministerio de Cultural y la Agencia de Cooperación Española



Última correlación del objetivo específico # 4

**IV.- Recolección de Datos e Informaciones Resultados y Hallazgos****➤ EJE NO. 4 - PATROCINIO E INDUSTRIA CULTURAL EN LA ZONA COLONIAL DE SANTO DOMINGO**

Con las informaciones obtenidas a través de la encuesta que se realizó a un 2% de 7,750 personas que viven en la Ciudad Colonial se obtuvo un acercamiento interpretativo a las necesidades de los habitantes del lugar. Los datos aportaron los niveles de conocimiento que tienen sobre el mecenazgo y su vinculación con el desarrollo de la histórica ciudad de Santo Domingo de Guzmán. Sus opiniones se presentan en las siguientes diez unidades en cuyos párrafos se infieren en porcentajes el grado de sus necesidades de progreso. Los detalles y gráficos se pueden apreciar en el capítulo IV.

**❖ LAS PRINCIPALES CONCLUSIONES RELATIVAS A ESTE CUARTO EJE SON LAS SIGUIENTES:****INFORMACIONES ENCONTRADAS A TRAVÉS DE LAS ENCUESTAS A LOS HABITANTES DE LA ZONA**

1. Sobre el conocimiento de las funciones del mecenazgo en el desarrollo de los habitantes de la CC-SD, se comprobó que habían recibido patrocinio en alguna actividad cultural o en el establecimiento de una empresa de negocios. El 71% de los encuestados dijo conocerlo, el 29% no sabe qué es mecenazgo. Esta afirmación es reiterada por el 65%, al afirmar que no han recibido patrocinio alguno, solo el 14% dijo que recibió ayuda.
2. En lo que respecta a cómo ven su progreso personal después de la intervención del Estado y las empresas privadas en la CC-SD, el 38.1% dijo que no le ha aportado nada, el 23.8% refirió que algo y el 38.1% dijo que ha tenido algún progreso.
3. Con relación al conocimiento del Centro Comunitario de la Ciudad Colonial (CCCC) el 54.8% no sabía que existía al inicio del 2017; esta percepción ha ido cambiando.
4. Se comprobó el conocimiento que tienen los comunitarios sobre los arreglos de este Patrimonio de la Humanidad, puesto que es considerado por el 47.6%, casi la mitad de los encuestados como positiva, el 52.4%, la valoró como inapropiada, aunque no negativa.
5. De los espacios físicos que son más visitados por los encuestados se encuentran las iglesias y capillas, en primer lugar; le siguen los museos y los lugares históricos en segundo lugar; las ruinas, las salas de exposiciones y las galerías de artes ocupan el tercer lugar; en el cuarto lugar están los teatros, los cines, los centros de eventos, las plazoletas, los parques, los centros de formación y a las salas de conciertos sus visitas son moderadas; otros espacios de menor preferencia para

visitar son los centros de educación, porque solo son usados por los estudiantes, padres y tutores relacionados con el mismo. Al parecer, estos no se relacionan más allá de un simple servicio educativo, olvidándose que también pueden ser centros de extensión cultural, promoviendo desde sus instalaciones el patrimonio de la CC-SD.

6. Otros lugares de la Ciudad Colonial que los encuestados revelaron que les gustaría visitar son: El Museo de la Catedral, el Museo del Ámbar, la Ermita de San Antón, el Fuerte de San Diego, el Colegio de Artistas Plásticos / CODAP, el Fuerte de la Concepción y los Alcantarillados del Siglo XVI. Solo unos cuantos afirmaron que no lo habían hecho por: “No saber dónde ir a buscar información, no conocer los horarios de visitas, o porque trabajan mucho y terminan muy cansados; otros dijeron “No tengo tiempo, ni dinero, No los visito porque no puedo caminar”. El 72% de los encuestados no respondió este ítem, el 4.5% dijo que no los visita porque los conoce todos; otro 4.5% dijo que solo conoce algunos. El 19% se mostró interesado en visitar algunos de los lugares que se le mostró en un listado.
  
7. El 67% de los encuestados dijeron que les gustaría practicar algún tipo de ocio de los que se ofertan en la Zona Colonial, el 14% dijo que no lo desea, y el 19 % no respondió.
  
8. Al presentar a los comunitarios una lista de posibles actividades de ocio que pudieran hacer en sus tiempos libres en la CC-SD, escogieron las siguientes prácticas, en este orden: montar bicicletas, pasear en el trencito “Chu, Chu Colonial” y visitar museos, ocupan el 1er. lugar; en 2do. Lugar mencionaron: pasear a pie por la ciudad, visitar exposiciones pictóricas y culturales, escuchar jazz, merengue y bachata, en 3er. lugar lo dedicarían a: ir a la iglesia, al cine y salir a comer a algún restaurante, cafetería o heladería y en 4to. lugar siguen: las salidas a bailar en discotecas, bares o al “colmadón” (un negocio de abarrotes o pulpería, donde se vende bebidas). Como se puede apreciar, las actividades al aire libre son las que tienen mayor demanda junto al deseo de conocer las historias de las ruinas, los parques y algún otro espacio. Aquí se vislumbra el deseo de los comunitarios por realizar un ocio autotélico en la dimensión creativa y festiva.

9. Sobre las dificultades para visitar la Ciudad Colonial, el 65.08% no hizo ningún comentario, solo un 34.90% se quejó de algunas dificultades. (Ver Cuadro Analítico No. 07 en el Cap. IV). Los encuestados reportaron en 1er. lugar, que la falta de parqueos y la inseguridad provocada por la delincuencia son los inconvenientes que les impiden visitar la CC-SD; en 2do. lugar, informaron que no visitan la Zona Colonial por problemas económicos, falta de dinero, los lugares buenos son muy caros, tienen exceso de trabajo, siempre están cansados o por enfermedad, (No pueden caminar o son ya muy mayores para ir solos) y la falta de un sistema de transporte más eficiente; en 3er. lugar, pusieron como excusas: los pedigüños, los enfermos mentales que deambulan por la Ciudad Colonial y algunos que otros delincuentes.
10. Un dato interesante resultó al formular la pregunta: ¿Considera que después de los arreglos de la Ciudad Colonial, usted ha conocido algo nuevo en lo que pueda divertirse o recrearse? El 76% dijeron que no conocieron, o recibieron personalmente nada nuevo, el 9% dijo haber aprendido algo. Mientras que un 15% se reservó las respuestas. Aun con este rango tan bajo sobre el haber conocido algo nuevo, también se valoró positivamente los beneficios que han recibido de manera indirecta por la implementación del PFTCC-SD, además del beneficio de tener una ciudad que se está ordenando. En torno a este aspecto positivo, el 14.29% de los encuestados reportaron comentarios favorables de la CC-SD, mientras que el 85.71% no hizo comentario. Los puntos en que coincidieron casi todos los encuestados, fue en pedir a las autoridades que pongan más regulación al comportamiento ciudadano y más seguridad para proteger a los habitantes y a los turistas extranjeros y nacionales.



INFOGRAFÍA No. 5.3. HECHO EN REPÚBLICA DOMINICANA. (MADE IN RD)

### 5.3.- RECOMENDACIONES

Fundamentados en las anteriores conclusiones y focalizados en que la educación del ocio para este siglo XXI requiere nuevas e innovadoras estructuras interdisciplinarias, que culminen con el aumento del interés cultural vinculado con las Industrias Culturales y Creativas (ICC) y la Industrias del Ocio, presentamos las siguientes sugerencias.

#### 5.3.1.- Recomendaciones a corto plazo:

- 1. Planificar programas de educación que permitan difundir los beneficios del ocio, vinculándolo con las actividades de recreación, de diversión y a las actividades turísticas que más se practican en la región caribeña y en el país.** Esos programas deben ser diseñados atendiendo las necesidades y demandas sociales, económicas y culturales. Los contenidos deben tomar en cuenta a los estudiantes de escuelas técnicas y universitarias, también a los profesionales que laboran en las Industrias de ocio, pues hoy se necesita desarrollar currículos y modelos idóneo que formen a los profesionales del mañana.
- 2. El Centro Comunal de la Ciudad Colonial, la Junta de Vecinos de la Ciudad Colonial, y el Clúster Turístico deben hacer un llamado a las autoridades competentes para que se apruebe la Ley de Mecenazgo cuanto antes.** Así como también, hacer un plan de promoción para que otros grupos vinculados con la cultura se hagan eco de este llamado. Este plan deberá tener las siguientes acciones: Publicar con más frecuencia y con mayor cobertura en los medios de comunicación los espacios físicos que son más visitados y las prácticas de ocio que se pueden realizar en esos lugares, haciendo énfasis en qué hacer en los sitios para disfrutarlos mejor. Difundir el papel de las ICC como aquellas que facilitan los servicios y productos que ayudan en las prácticas de ocio.
- 3. Promover el patrocinio cultural como una actividad que contribuye con el desarrollo personal y comunal.** En ese sentido, cualquier propuesta de patrocinio para el mantenimiento de la CC-SD, debe tomar en consideración lo que han indicado los sectores privados, públicos y de educación, quienes han expresado que para fortalecer la imagen de la Zona es crucial que se mantenga e incremente la seguridad, la limpieza, la iluminación y las ofertas de ocio de la Ciudad Colonial, lo que fortalecerá a la CC-SD como Marca Sectorial que se ha creado desde hace tiempo dentro de la Marca País que es la República Dominicana.

### 5.3.2.- Recomendaciones a mediano plazo:

1. **Integrar al plan de promoción de la Ciudad Colonial, anuncios testimoniales de los comunitarios, hablando de los beneficios obtenidos y lo que han aprendido después de los arreglos de este Patrimonio de la Humanidad.**
2. **Difundir que el mal uso del tiempo libre y la deficiencia en el manejo de la recreación inciden en el comportamiento de los dominicanos.**
3. **Hacer un resumen de las películas que se han filmado en la Zona Colonial, para que se promocióne desde el Centro Comunitario de la Ciudad Colonial de Santo Domingo y otros espacios de difusión cultural.**
4. **Difundir la idea de que el patrocinio para las Industrias Culturales y Creativas genera puestos de empleos, no solo en la Zona Colonial sino también en la República Dominicana.**
5. **Priorizar los patrocinios culturales que se proyecten para generar riqueza con un turismo que dé mayor apertura a un disfrute del ocio en sus diferentes coordenadas, dimensiones y vertientes.**
6. **Orientar a los mecenas y filántropos para que los fondos destinados a sus actividades de patrocinio cultural cubran las partidas de comunicación (Relaciones Públicas, Publicidad y Marketing), haciendo énfasis en las prácticas de ocio que generan puestos de trabajo.** Siempre vinculando el patrocinio dentro de un entorno basado en Derechos Humanos, sin dejar de fortalecer la relación que se da entre el Estado, la Sociedad Civil y la Cooperación Internacional para el desarrollo de los pueblos.
7. **Difundir por los medios adecuados que tanto el patrocinio público como el privado deben garantizar la diversidad y la pluralidad de la oferta cultural, siempre bajo un régimen de derechos, sobre el cual se establezca una relación bilateral en donde las instituciones nacionales e internacionales, publicas y privadas colaboren en este accionar, incluyendo las ONG y las ASFL.**

### 5.3.3.- Recomendaciones a largo plazo:

1. **Hacer propuestas para que se cambie la educación tradicional a una “educación glocal”,** que permita a los habitantes de los países del Caribe Antillano entender que las ofertas de ocio cultural deben planificarse tomando en cuenta su idiosincrasia. El diseño resultante de la propuesta de educación debe tener alguna unidad pedagógica que proyecte la imagen de lo autóctono y lo regional, pensando en el visitante y compradores extranjeros que ven a República Dominicana como “Marca País”.
2. **Motivar al Ministerio de Cultura para que realice la segunda edición sobre el taller para la difusión de la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial** o Responsabilidad Social Corporativa o Marketing Social en el fortalecimiento del desarrollo de la cultura, al tiempo que las imágenes de sus empresas crecen como marcas cuando apoyan el crecimiento de las personas a través de la cultura.
3. **Promover que las actividades de Patrocinio Cultural deben ser siempre reguladas por el Estado y las empresas privadas, a fin de mejorar el desarrollo cultural en una especie de “mecenazgo colaborativo o Patrocinio Cultural Colaborativo”,** haciendo énfasis en modelos de integración social, para generar beneficios a partir de la difusión del ocio en empresas creadas a través del cooperativismo y las diferentes formas de hacer patrocinio de Cuarta Revolución Industrial.
4. **Identificar a los mecenas y filántropos, así como las ONG y las ASFL que con más frecuencia contribuyen con el área cultural y la Industrias Culturales y Creativas.**
5. **Diseñar una red de patrocinadores que promuevan la creación de productos y servicios turísticos, que tenga como función fortalecer empresas vinculadas con las prácticas de ocio.**

#### **5.4.- IDEAS PARA UNA PROPUESTA**

Tras haber analizado el conjunto teórico y contrastarlo con la realidad dominicana, consideramos crucial que desde los centros culturales, educativos y de trabajo, se realicen talleres, seminarios y cursos formativos centrados en la “Educación del Ocio” y el “Patrocinio Cultural” a través del cualquiera de las formas (mecenazgo, filantropía o algunas de sus derivaciones actuales) con la que se puede colaborar para que las Industrias Culturales y Creativas, sobre todo las vinculadas con las prácticas del ocio, se desarrollen amplia y rápidamente no solo en la CC-SD, sino en todo el país.

Sin minimizar el trabajo que vienen haciendo los centros comunitarios y universitarios, al ofertar programas educativos (orientadores y formativos) confeccionados para cubrir solamente puestos de trabajo, consideramos vital que estos programas de educación se relacionen con el ámbito del ocio valioso.

Sabemos que la formación profesional que se hace desde esos lugares tiene que cumplir con unos objetivos y metas que están desfasados, como lo planteamos en los capítulos anteriores. Falta una propuesta educativa más actualizada y cónsona con el tema de esta tesis “Ocio, Patrocinio Cultural y Políticas Públicas”. De manera que la solución debe partir de la realidad social, política y económica del país, para luego ver lo que ocurre en la geopolítica y como esta influye en el diario vivir del dominicano, esto permitirá hacer una propuesta más realista, ya que los países de la región son competidores entre sí en cuanto a ofertas de ocio turístico.

Visto lo anterior, se deben plantear proyectos de patrocinio de corta y larga duración, que se sustenten en la teoría de la creación de productos y servicios que proyecten marcas sectoriales atadas a una Marca País. Para lograr esto, se debe tener pendiente los lineamientos de la UNESCO en torno a la educación y la cultura, lo que nos obliga a repensar la educación tradicional, fijando una meta hacia una “educación glocal” que permita a los dominicanos entender que las ofertas de ocio cultural producen bienestar personal y social. Estos programas deben diseñarse pensando en los residentes, los visitantes internos y externos, que consumen los productos y servicios realizados por las Industrias del Ocio, no solo para la Zona Colonial, sino para todo el país.

#### 5.4.1.- Sugerencias para una propuesta de educación

Lo expuesto bajo este epígrafe solo pretende orientar a los sectores público y privado para que apadrinen al sector educativo. Dentro de las ayudas sugeridas, la principal es la de especializar recursos que vayan dirigidos a la planeación y promoción de ofertas de enseñanza que faciliten y mejoren la calidad de los productos y servicios que se ofertan en la Ciudad Colonial. Es por lo cual que se debe agilizar la aprobación de las leyes que protegen el patrimonio cultural y las que promueven el patrocinio cultural (mecenazgo, filantropía y otras formas contemporáneas de ayudar al prójimo), lo que contribuirá a ir de la teoría a la práctica, en el menor tiempo posible, para elaborar programas educativos que sean más efectivos que los que se hacen en la Zona.

Los proyectos formativos que se estructuren deberán ser enfocados en tres direcciones, atendiendo a las necesidades de la CC-SD. Los objetivos de nuestra propuesta son: Continuar Informando sobre la historia y la gran riqueza que posee la Zona Colonial, para que se conozca el potencial del patrimonio cultural que puede ser utilizado en la creación de capital económico, riqueza material y espacios para las buenas prácticas de ocio. Instruir a las personas para que aprendan a crecer en su tiempo libre, practicando en algunas de las dimensiones del ocio valioso no solo en el casco histórico, sino también en otros lugares. Los propósitos planteados anteriormente los explicamos en los siguientes párrafos:

- ❖ **INSTRUCCIONES FORMATIVAS:** La primera directriz partirá de las observaciones ya hechas en esta tesis, las cuales han de actualizarse para desarrollar un programa que tiene como función principal, informar a los residentes y visitantes sobre el potencial de la CC-SD y orientarlos sobre cómo podrán utilizar las informaciones en beneficio propio. Este enfoque se hará a través de charlas, talleres, seminarios y cursos, en los que se abarquen los tópicos relacionados con la cultura del ocio y sus beneficios, así como también, la manera de generar bienestar económico a través de las Industrias Culturales y Creativas, sobre todo las vinculadas con el turismo.
  
- ❖ **CERTIFICACIÓN TÉCNICA:** La segunda directriz está pensada para cubrir las demandas del público que quiere profundizar en los aspectos de la Economía Creativa o la Economía Naranja, que influyen en la Industria del Ocio. Este diplomado o certificación tiene como propósitos, hacer que los participantes conozcan lo que ocurre internacionalmente en las Industrias del Ocio y vislumbren

su impacto en las zonas deprimidas que necesitan crecer cultural y económicamente; y orientar a los asistentes al evento educativo a que desarrollen productos y servicios turísticos pensados para fortalecer la Marca País.

- ❖ **FORMACIÓN PROFESIONAL:** La tercera directriz está orientada a un grupo de personas que busca una mayor preparación en los ámbitos de la cultura del ocio, la comunicación visual para el desarrollo humano. Se ha pensado en una licenciatura diferente a las que se ofertan en la región, cuyos modelos de formación estarán basados en el uso de la tecnología, y usan como metodologías de enseñanza prácticas, participativas y colaborativas para concretizar un currículo basado en evaluación por competencias, en modelo educativo ofertado al alumnado ofrecerá las herramientas para que confeccionen su propio entorno personal de aprendizaje. Los talleres y aulas estarán disponibles para que reciban la ayuda y el apoyo presencial del docente. Los laboratorios serán espacios para que, en su tiempo libre, los alumnos desarrollen las destrezas adquiridas en las teorías y discusiones con los docentes. El conjunto de asignaturas y actividades deberán culminar con la presentación de un proyecto de un producto cuasi real, vinculado con la actividad de las Industrias Culturales y Creativas.

Estas tres ideas, son propuestas generales que orientan a las personas responsables de elaborar un plan educativo más acorde con la realidad de la comunidad. Los anteproyectos se crearán tomando en cuenta los lineamientos de la Carta Internacional del Ocio, las teorías establecidas por el Instituto de Estudios del Ocio, de la Universidad de Desuto sobre la pedagogía del ocio, los modelos de patrocinio que presentamos y la educación para el siglo XXI que hemos definido en los capítulos anteriores. Nuestra intención con esta propuesta es que haya un cambio de paradigma que nos aproxime a una educación global, cuyo sustento teórico lo planteamos en los capítulos uno y dos. La primera propuesta identificada como: Instrucciones Formativas se puede ofertar desde el Centro Comunal de la Ciudad Colonial, mientras que la Certificación Técnica y la Formación Profesional, por ser de mayor complejidad en cuanto al diseño del plan de estudio, los contenidos de asignaturas y otros protocolos exigidos por el Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología se ofertarán desde alguna de las universidades e institutos superiores que pertenecen a la Asociación de Rectores de Universidades (ADRU) del país.

## 5.5.- LIMITACIONES DEL ESTUDIO

En Latinoamérica los estudios formativos sobre el ocio ya se vienen ofertando a nivel universitario desde antes del primer quinquenio del siglo XXI, y en países como: Ecuador, Costa Rica, México, Brasil, Argentina y Uruguay, ya hay un camino recorrido sobre la importancia de la recreación, el tiempo libre y las prácticas del ocio. Sin embargo, en el área del Caribe antillano (Cuba, Haití, República Dominicana, Puerto Rico, Jamaica y los demás países que componen las Antillas menores) el tema del ocio como tal es incipiente. En estos países, el turismo, el deporte y el consumo cultural de las artes son los ámbitos donde se practica la recreación, el esparcimiento y el buen descanso. Estas son las áreas en que los caribeños ocupan su tiempo libre. Muestra de ello son las mediciones que se hacen sobre el consumo cultural y la inversión en el campo del turismo. A pesar de que se trabaja desde los sectores público y privado, desde las ASFL y las ONG aún no se destina recursos para la investigación del ocio y sus beneficios. Atendiendo a esto, más que limitantes fueron momentos que nos incentivaron para profundizar en el trabajo. Así que, en esta investigación no vemos limitaciones, sino eventos que nos hicieron extender el tiempo que requeríamos para concluir esta tesis. Estas situaciones las vemos más como oportunidades de las que mencionamos seis (6) de las más relevantes:

1. **El desconocimiento del concepto mecenazgo en la Zona, la no existencia de un lugar donde obtener una lista de mecenas y filántropos se constituyó en un tema más para investigar.** Sobre este particular solo incluimos la definición de ASFL, ONG y las cantidades de este tipo de fundaciones en el país.
2. **El retraso de ocho meses en la realización del estudio empírico, debido a las opiniones encontradas entre la dirección del Programa de Fomento del Turismo y la Junta de Vecinos de la Ciudad Colonial,** cuyos miembros no entendían la magnitud del proyecto de rescate, pues este se planteó para hacerlo en tres años, y se tomó cerca de seis. Esta demora se debió a que en las excavaciones se hicieron hallazgos que debieron estudiar desde la arqueología y otros ámbitos técnicos. También, el derrumbe de un hotel deshabitado, las faltas de coordinación entre la compañía que tenía que trabajar con el soterrado de los cables eléctricos y los actos vandálicos de resentidos sociales, que provocaron daños al alumbrado. Eso nos hizo esperar que las partes llegaran a acuerdos para dirimir sus diferencias. Luego de estos sucesos pudimos obtener los datos que requeríamos para esta tesis.

3. **Las fuentes de testigos privilegiados que conformaron el sector de educación, quienes opinaron sobre el objeto de estudio, nos hicieron tomar más tiempo del estipulado.** Como por ejemplo: a) La ordenación la gran cantidad de datos al observar los lugares de preferencias referidos por usuarios de la Zona a través de la Web; b) La valoración que hicimos de los Centros Culturales de la Ciudad Colonial para elaborar el listado de los testigos privilegiados, y c) La selección de los profesores que conformaron el grupo focal.
4. **El sector que opinó sobre la necesidad de la Educación del Ocio, más que una limitante, fue una sorpresa,** pues la única institución de estudio superior representada en el PFTCC-SD es la Universidad APEC, cuyo puesto está representado por uno de sus docentes (el decano de la Facultad de Turismo) quien es miembro de la Bolsa Turística y el Clúster Turístico de Santo Domingo. Es al final de esta tesis que entendimos que él posee varios escaños para representar la posición del sector privado sobre la educación en el ámbito del turismo.
5. **El sector representante de la educación superior pública con el cual insistimos y nos tomó más del tiempo estipulado fue la Universidad Estatal UASD,** la más antigua en la Zona, poseedora de espacios físicos en el lugar, (la Casa de la Rectoría y el Instituto de Geografía y el Convento de los Dominicos, donde estuvo funcionando hasta que se construyó un nuevo recito el 17 de agosto de 1947) para descubrir que la UASD no es parte del PFTCC-SD. Su opinión la obtuvimos a través de una representación de sus profesores en la mesa de discusión que realizamos sobre la resignificación del ocio en la sociedad dominicana, actividad que explicamos en los capítulos tres y cuatro.
6. **La falta de aprobación de la “Ley de Apoyo Cultural conocida popularmente como Ley Mecenazgo” constituyó una limitante, no tanto para esta tesis sino más bien para el desarrollo cultural.** De estar aprobada la ley, esta investigación hubiese sido más fluida en cuanto a su desarrollo, pues se contaría con un posible apoyo económico para contratar un equipo mayor de personas que agilizará su realización. En esta hay enunciados que dan apertura para que fueran sometidos como un proyecto de “interés Nacional, como lo es esta investigación.

## 5.6.- FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Repasando las preguntas de investigación presentadas en la introducción de esta tesis, reafirmamos que las mismas ayudaron en la delimitación de este trabajo y permitieron fijar los objetivos específicos, cuya cobertura arrojó luz sobre la hipótesis, la cual se comprobó en parte, pues solo se descubrieron lineamientos para lograr más a fondo en un futuro lo que se planteó a su inicio. En virtud de esto, mostramos las líneas de posibles estudios de investigación, que deben sustentarse con los datos que regularmente ofrecen instituciones que realizan el Censo de Población y Vivienda en la Ciudad Colonial (CPV-CC), la Encuesta Turística en Puertos Aéreos y Marítimos y el Informe del Observatorio Turístico de la Ciudad Colonial (OTCC).

En estudios futuros sobre los efectos del patrocinio cultural para la difusión del ocio es importante seguir las mediciones que hacen los organismos nacionales e internacionales que se hacen para entender los niveles de bienestar, salud, esperanza de vida, desigualdad social y felicidad de la gente. Sin abandonar estas pautas, proponemos la siguiente línea:

1. **Cotejar los datos que han de orientar a los mecenas y patrocinadores sobre los niveles de crecimiento de la CC-SD**, así se convencerán de que apoyar los proyectos culturales y los negocios vinculados con las ofertas de ocio es rentable, porque hay demanda y satisfacción de una población que busca bienestar, para su salud física y crecimiento en sus ingresos económicos.
2. **Identificar los proyectos de negocios que han recibido apoyo del Estado o de empresas privadas**, para demostrar que la aprobación de la Ley de Mecenazgo y apoyo cultural no solo es rentable, sino que es necesaria para el crecimiento humano de la población.
3. **Hacer un estudio específico para profundizar e identificar las áreas vinculadas a las Industrias del Ocio**, las cuales pueden ser patrocinadas en la CC-SD, tales como desarrollar proyectos relacionados con el cine en la Ciudad Colonial, con el patrocinio de la DGCINE.
4. **Hacer una investigación para conocer la disposición que tienen los habitantes de los barrios San Lázaro, San Miguel, San Carlos, San Antón, La Atarazana y Santa Bárbara, en desarrollar alguna Industria Cultural y Creativa.**

5. **Proponer para una futura exploración el tema de patrocinio para el fortalecimiento de la Marca País**, vinculándola con las ofertas de ocio que se gestan desde las Industrias Culturales y Creativas Nacionales.
6. **Repetir una investigación similar a esta después que se termine la segunda parte del PFTCC-SD**, para saber cómo ha variado las ofertas sobre ocio, pero, sobre todo, lo que piensan los comunitarios y visitantes, nacionales y extranjeros.
7. **Proponer una investigación sobre la Historia del ocio en la República Dominicana, tomando las acciones de Fray Antón de Montesino en 1511** que lo señalan como el “Primer Defensor del Ocio en América”, al proteger a los indígenas de los conquistadores por el maltrato, el exceso de trabajo y la falta de descanso a que eran sometidos. También, este es un punto de partida para distinguir a la Orden de los Dominicanos que llegaron a Santo Domingo en 1510, como la primera organización en defender los Derechos Humanos, con sus acciones en beneficios los nativos oprimidos en la época colonial.

#### **5.7.- PALABRAS DE CIERRE DEL CAPÍTULO V**

Con las conclusiones y recomendaciones de este quinto capítulo, se ha cumplido la meta establecida en el objetivo general de esta tesis. Quedó una vez más aclarado, que el patrocinio a través del mecenazgo y otras formas de ayuda en el desarrollo cultural de una zona poblacional deprimida es importante para el bienestar de sus pobladores. También entendemos, que la gestión de contribuir desinteresadamente con el desarrollo de la humanidad ha cambiado significativamente en este siglo XXI, percibiéndose nuevas maneras de controlar el crecimiento del bienestar de las personas, en esta cuarta revolución tecnológica. Por eso, propusimos una clasificación del patrocinio en la cual se expresa la división de los intereses humanistas, comerciales y los altruistas, de las personas que contribuyen con diferentes tipos de recursos a la comunidad. Igualmente, se respondieron las preguntas de investigación, al demostrar el papel de las industrias culturales y creativas en la eliminación de la pobreza. Se evidenció la importancia de la aprobación de una ley de patrocinio cultural, para que el bienestar sea alcanzado por más personas en los barrios más pobres. Se evidenció que el personal que administra y difunde la cultura artística, está tomando cada vez más conciencia de la responsabilidad que tienen en sus manos.

Finalmente, en esta investigación se comprobó, que en el país hay personas que comprenden cómo se puede utilizar el ocio, no solo en la Ciudad Colonial de Santo Domingo, sino en todo el litoral nacional. Pero, esos pocos se focalizan más en la importancia del trabajo y les da cierto temor a decir en público, que practican algún tipo de ocio. Y es que aún en el Caribe Antillano, el concepto ocio se confunde con pérdida de tiempo y vagancia. Así pues, la hipótesis se comprobó en parte y es que todavía falta trabajar para establecer un plan docente, que dé a conocer a la población los beneficios del ocio. Terminamos con unas palabras del laureado e insigne Eugenio María de Hostos.

*“El progreso será siempre exclusivo, porque se verifica en el tiempo y para todos, no en un instante ni para cada individuo”.*

El progreso es...

*“Lento y universal, sacrifica aspectos reales y racionales de la vida, pero los sacrifica a aspectos superiores”.*

Estoy convencido como todos mis maestros que:

*“El tiempo es vida, y consumir el tiempo en no hacer lo que se debe, es consumir inútilmente la existencia”.*

**EUGENIO MARÍA DE HOSTOS**, educador, filósofo, escritor y sociólogo, Nació el 11 de enero de 1839, en Mayagüez, Puerto Rico, y falleció el 11 de agosto de 1903, en Santo Domingo, República Dominicana.

*imite”*

## **BIBLIOGRAFÍA**

DIMENSIONES

OCIO

HUMANISTA

NOCIVO

AUSENTE

EXOTÉLICO

AUTOTÉLICO

OCIO VALIOSO

COORDENADAS

- Productiva
- Educativa
- Terapéutica
- Distintiva

- Lúdica
- Festiva
- Ambiente Ecológico
- Solidaria
- Creativa

- No tiene
- Desconocida

BENEFICIOS

BARRERAS

INTRÍNSICAS:

- Corporales
- Psicológicas

EXTRÍNSICAS:

- Ambientales
- Actitudinales
- Arquitectónica
- Ecológicas
- Normas Legales o de Omisión

FUNCIONES

*Dumazedier (1964):*

- Descanso
- Diversión
- Desarrollo Personal

*Sue (1980):*

- Psicología y Social
- Social y Económica

*Cuenca, Aguilar y Ortega (2010):*

- Función Innovadora del Ocio

DE TRANSFORMACIÓN

- Cognitivas
- Emociones
- Conductuales

DE PREVENSIÓN:

- Enfermedades
- Males Sociales

DE SATISFACCIÓN:

- Personal
- Colectiva

- Instintiva
- Adictiva
- Inconveniente
- Ilegal



EN LAS PÁGINAS SIGUIENTES SE ENCUENTRAN LAS FUENTES DOCUMENTALES CONSULTADAS EN ESTA TESIS.

Libros Físicos, Libros en Línea, Portales Web de Instituciones Privadas y Ministerios Gubernamentales, Revistas en Línea, Periódicos Digitales, Repositorios de Artículos, Leyes Estatales, Reglamentos, Proyecto de Ley de Mecenazgo y Hojas Sueltas relacionadas con el tema objeto de estudio.

---

## BIBLIOGRAFÍA

---

### [A]

- Agence France-Presse (AFP). (21 de julio 2014). *Trabajar solo tres días a la semana, la propuesta de Carlos Slim*. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-14278337>
- Álbarezy Lafuente, (14 Sep. 2014). *Latinoamérica tiene hambre de cultura, Conclusiones EPCL-OEI*, 2013. El País. Recuperado de [https://elpais.com/cultura/2014/09/17/actualidad/1410981112\\_655895.html](https://elpais.com/cultura/2014/09/17/actualidad/1410981112_655895.html)
- Alonso Vázquez, M. (2016) *Marketing social corporativo*. Recuperado de <https://es.slideshare.net/WilmanSantos/alonso-vazquez-marketing-social-corporativo>
- Amaya, C. (2010). *Patrocinio vs. Mecenazgo y Filantropía*. Obtenido de Mercadotecnia y Artes: <http://cristinaamaya.com/2010/04/patrocinio-vs-mecenazgo-y-filantropia/>.
- Amigo, M.L. (2000). *El arte como vivencia del ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Ander-Egg, E. (1993). *Técnicas de investigación social*, Buenos Aires, Editado por Magisterio del Río de la Plata. Recuperado de [https://imas2009.files.wordpress.com/2009/04/ander-egg\\_135-175.pdf](https://imas2009.files.wordpress.com/2009/04/ander-egg_135-175.pdf)
- Andújar, C. Díaz, O., González, R., Rodríguez, J.A., Santos, C., Salcedo, C. y Valdez A, H. (2014). *Cultura y BCRD dan a conocer Primera Encuesta Nacional de Consumo Cultural en RD*. Recuperado de <https://www.bancentral.gov.do/otrasnoticias/2015/09/01/710/cultura-y-bcrd-dan-a-conocer-primera-encuesta-nacional-de-consumo-cultural-en-rd>
- Antoine, C. (2010). *Mapa del Mecenazgo Cultural en América Latina*. Revista de Humanidades No.21, pp.121-182. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/3212/321227216007/>
- Aristóteles. (1993). *Ética Nicomáquea, Ética Eudemia*. Madrid: Gredos.
- Arredondo, F.G.; Rosas, J.A, & Villa, L.E. (2011). *Comportamiento ciudadano organizacional y RSE. [Comportamentocidadão organizacional e RSE Organizational citizen ship behaviour and CSR]* Cuadernos de Administración, 24(43), 221. Recuperado de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-35922011000200011](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-35922011000200011)
- Arte y Mecenazgo (2 de octubre de 2014). *El mecenazgo artístico como placer*. Mesa redonda, Caixa Forum Madrid. Recuperado de <http://fundacionarteymecenazgo.org/programas/circulo-arte-y-mecenazgo/otros-encuentros-y-sesiones/mesa-redonda-el-mecenazgo-artistico-como-placer/>
- Asociación de Hoteles de Santo Domingo. (2017) *¿Qué pasa en Santo Domingo?* Recuperado de <http://www.cometosantodomingo.com/es/>

---

## [B]

- Baden Powell - Frases. (s/f). Otros en Fogón Scout Virtual, Hermandad sin Fronteras.  
Recuperado de <http://fogonvirtualscout.com/baden-powell/frases-de-baden-powell/>
- Baden Powell, R. (1908). *Escultismo para Muchachos*, Aero Naval Scout, Recuperado de <http://www.scoutsaeronavales.org/ASAScoutismoparaMuchachos.pdf>
- BP-Tu Revista Scout (s/f). *Las 20 mejores frases de Baden Powell (BP) (#15)*. Recuperado de <http://revistascout.blogspot.com/2014/08/las-20-mejores-frases-de-baden-powell-bp.html>.
- Banco Central de la República Dominicana. (2014). *1ra. Encuesta de Cultura Económica y Financiera de la República Dominicana*. Recuperado de: [http://www.bancentral.gov.do/publicacioneseconomicas/informe\\_turistico/informe\\_turistico2012-02.pdf](http://www.bancentral.gov.do/publicacioneseconomicas/informe_turistico/informe_turistico2012-02.pdf).
- Banco Central de la República Dominicana & Ministerio de Cultura de la Rep. Dom. (2016). *Primer Informe de Resultados de la Cuenta Satélite de Cultura de la República Dominicana*. Recuperado de [https://www.bancentral.gov.do/noticias/otrasnoticias/archivos/bc2016-05-05\\_InformeCSCRD.pdf](https://www.bancentral.gov.do/noticias/otrasnoticias/archivos/bc2016-05-05_InformeCSCRD.pdf)
- Banco Central de la República Dominicana. (15 marzo, 2018). *Informe de la Economía Dominicana, Enero-Marzo 2017*. Recuperado de <https://www.bancentral.gov.do/publicaciones/economicas/infeco/infeco2017-03.pdf>
- Banco Central de la República Dominicana. (junio 2017). *Se dispara un 4.1% llegada de turistas a República Dominicana en febrero*. Recuperado de <http://www.arecoa.com/destinos/2018/03/15/se-dispara-4-1-llegada-turistas-republica-dominicana-febrero/>
- Banco Mundial, (17 de abril de 2017). *América Latina y el Caribe: panorama general*, Recuperado de <http://www.bancomundial.org/es/region/lac/overview>
- Banco Mundial, (9 de enero de 2018). *Perspectivas económicas mundiales: América Latina y el Caribe* Recuperado de: <http://www.bancomundial.org/es/region/lac/brief/global-economic-prospects-latin-america-and-the-caribbean>
- Baselga, B., Benzo S, F., del Castillo N., de Miguel, N., Martínez de la Pera, E., Luengo, M., Rosell, I., Solana G. y Vázquez-Shelly. (2014). *La empresa privada como mecenas del siglo XXI*. El Cultural. Recuperado de <http://www.elcultural.com/revista/arte/La-empresa-privada-como-mecenas-del-siglo-XXI/35616>
- Bastardo, T. (15 de octubre de 2015) *Mejores bares de la Zona Colonial*. Recuperado de <http://digo.do/los-mejores-bares-de-la-zona-colonial/Top-17-mejores-bares-de-la-Zona-Colonial-de-Sto.-Dgo.-Digo.do>
- Basurto Amparan, A. (2005). *Sistema de Empresa Inteligente*. Hermosillo, Sorona, México: Empresas Inteligente. Recuperado de <http://www.empresainteligente.com/libro.php>

- 
- Bell J., A. G. (2017). *Educación para la transformación social: la propuesta pedagógica de Paulo Freire y el contexto universitario*. Posgrado y Sociedad. Vol. 15 No. 2. Recuperado de [https://assliuab.noblogs.org/files/2013/09/freireeducaci%C3%B3n\\_comopr%C3%A1ctica\\_libertad.pdf-1.pdf](https://assliuab.noblogs.org/files/2013/09/freireeducaci%C3%B3n_comopr%C3%A1ctica_libertad.pdf-1.pdf)
- Belly, P. L. (2004). *El shock del management: la revolución del conocimiento*. México, DF: McGraw-Hill Interamericana.
- Bernal Andrea (2016). *EN VIVO: Foro Económico Mundial sobre América Latina 2016*. Foro Economía Mundial, Ginebra, Suiza. Recuperado de [www.weforum.org/es/agenda/2016/06/en-vivo-foro-economico-mundial-sobre-america-latina-2016/](http://www.weforum.org/es/agenda/2016/06/en-vivo-foro-economico-mundial-sobre-america-latina-2016/)
- Berenstein, M. (6 de junio del 2012). Peter Druker, "Gestionarse a sí mismo". Extracto de "Management Challenges for the 21st Century" (HarperCollins, 1999). Harvard Business Review
- Blanco, J. J. (2000). *Cultura y Estado. Estado de la cultura. ¿Mecenas o patrones de la cultura?* Recuperado de <https://www.nexos.com.mx/?p=9780>.
- Bohrnstedt, G. W. (1976). *Evaluación de la confiabilidad y validez en la medición de actitudes*. Medición de actitudes. México, DF: Ed. Trillas, 103-127.
- Boletín de Noticias, Ministerio de la Presidencia (2017), *Discurso del Presidente Lic. Danilo Medina*. Recuperado de <https://minpre.gob.do/?s=discursos+del+presidente>,
- Bonil, J. y Pujol, R. M. (2011). *Educación Científica a propósito de la palabra crisis*. Enseñanza de las Ciencias: Revista de Investigación y Experiencias Didácticas, Vol.29(2). Recuperado de <http://www.raco.cat/index.php/Ensenanza/article/viewFile/243836/353439>
- Booking. (2017) *Hoteles dentro de la Zona Colonial Santo Domingo*, República Dominicana. Recuperado de [https://www.booking.com/searchresults.es.html?aid=318615;label=New\\_Spanish\\_ES\\_DO\\_27027017425-jB\\_9qgN59jP0wN7CqjiNHQS102063631705%3Apl%3Aa%3Ap1%3Ap2%3Aa](https://www.booking.com/searchresults.es.html?aid=318615;label=New_Spanish_ES_DO_27027017425-jB_9qgN59jP0wN7CqjiNHQS102063631705%3Apl%3Aa%3Ap1%3Ap2%3Aa)
- Bowen, H. R. (2013). *Responsabilidad social del empresario*. Universidad de Iowa Press. Social Responsibility of the Businessman. Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ALIPAAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=Howard+Bowen+public%C3%B3+el+libro+%E2%80%99Social+Responsibilities+of+the+Businessman%E2%80%9D.&ots=da3dUgqIrt&sig=Efd9xy6G3vpdUHOeC13xf-DZVPE#v=onepage&q&f=false>
- Buitrago R., F. y Duque M., I. (2013). *Economía Naranja*. Banco Interamericano de Desarrollo Editora Aguilar. Recuperado de <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/3659/La%20economia%20naranja%3A%20Una%20oportunidad%20infinita.pdf?sequence=4>
- Bunge, M. (1975). *La ciencia. Su método y su filosofía*. Buenos Aires: Edit. Siglo XX  
Recuperado de [https://users.dcc.uchile.cl/~cguetierr/cursos/INV/bunge\\_ciencia.pdf](https://users.dcc.uchile.cl/~cguetierr/cursos/INV/bunge_ciencia.pdf)
-

---

## [C]

- Carides, J., y López, J. (2002). *Ocio y voluntad social. Búsqueda para un equilibrio integrador*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Carides, J. A. (2012). *Lo que el tiempo educa: El ocio como construcción pedagógica*. ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura, Vol. 188, 754 marzo-abril [2012] Recuperado de [https://www.academia.edu/5110480/Lo\\_que\\_el\\_tiempo\\_educa\\_el\\_ocio\\_como\\_construcci%C3%B3n\\_pedag%C3%B3gica\\_y\\_social](https://www.academia.edu/5110480/Lo_que_el_tiempo_educa_el_ocio_como_construcci%C3%B3n_pedag%C3%B3gica_y_social)
- Carné, D. M (2007). *Responsabilidad social de la empresa: una revisión crítica a las principales teorías*: Revista vasca de economía, Nº. 65, coord. José Miguel Rodríguez Fernández, págs. 50-67. Recuperad de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2533611>
- Castro, C. (9 de febrero de 2015). *¡Un dominicano...! (Apuntes para un Manual de Sociología barata)* Recuperado de: <https://acento.com.do/2015/opinion/8220011-un-dominicano/>
- Carta Internacional para la Educación del Ocio de la *World, Leisure and Recreation, Association, WLRA*. (1993). Jerusalén: 243.1, Traducción de Yolanda Lázaro Fernández. Recuperado de: <http://studylib.es/doc/6403635/carta-internacional-para-la-educaci%C3%B3n-del-ocio>
- Cavanna, J.M. (2015). *La nueva industria de la felicidad*. Compromiso Empresarial, (Sec. Transparencia). Recuperad de <https://www.compromisoempresarial.com/transparencia/2013/10/la-nueva-industria-de-la-felicidad/>
- Checo, J. C; Maggiolo V, Veloz; Mateo, A.L. y González, J. (1998) *Santo Domingo, elogio y memoria de la ciudad*, CODETEL (2014) Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/25126348/SANTO-DOMINGO-ELOGIO-Y-MEMORIA-DE-UNA-CIUDAD-1>
- Clark, H.& Bokova, I. (2014). *Informe sobre la Economía Creativa, 2013*. New York Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (PNUD), Edición Especial.
- Clifton, J. (19 de marzo de 2015). *Mood of the World Upbeat on International Happiness Day, (Estado de Ánimo del Mundo optimista en el Día Internacional de la Felicidad)*. (GWP, Editor) Recuperado de [http://news.gallup.com/poll/182009/mood-world-upbeat-international-happiness-day.aspx?utm\\_source=World&utm\\_medium=newsfeed&utm\\_campaign=tiles](http://news.gallup.com/poll/182009/mood-world-upbeat-international-happiness-day.aspx?utm_source=World&utm_medium=newsfeed&utm_campaign=tiles)
- Clúster Turístico de Santo Domingo (2018), *Misión, Visión Propósitos y Composición* Recuperado de <http://clusterturisticodesantodomingo.org.do/consejo-directivo/>
- Collado, D. (Oct2017). *Plan de Ordenamiento Territorial de Santo Domingo (POT-C/2030)*. Recuperado de <http://adn.gob.do/pot/>
- Comunidad RSE. (2de septiembre de 2015). *Personaje Inspiradores, Howard Bowen, el padre de la RSE*. Recuperado de <http://comunidadrse.com.ar/howard-bowen-el-padre-de-la-rse/>

- 
- Consejo Empresarial de América Latina, (CEAL). (28 de enero de 2016) *Algunas Conclusiones Foro Económico Mundial Davos 2016*. Recuperado de <http://ceal.co/algunas-conclusiones-foro-economico-mundial-davos-2016/>
- Conci, P. (19 de abril de 2017) *¿Por qué los latinoamericanos son más felices de lo que sugiere su PIB? Temas sociales*. Recuperado de <https://blogs.iadb.org/Ideasquecuentan/2017/04/19/por-que-los-latinoamericanos-son-mas-felices-de-lo-que-sugiere-su-pib/>
- Confesor, C. (26 de noviembre de 2015). *Cinco Museos más visitados en la Zona Colonial*. Recuperado de <https://www.metord.do/do/cultura/2015/11/26/5-museos-que-debes-visitar-zona-colonial.html>
- Corral Jurado, J. (2013). *El papel del Estado en la Cultura*, Recuperado de <http://www.javiercorral.org/?p=16511>
- Cospleston, F. (1994). *Historia de la Filosofía*, Vol.1, Grecia y Roma. Ariel.
- Cove, S. (2007). *What does Crowdsourcing Really Mean?* (Entrevista a Douglas Rushkoff) Recuperado de <https://www.wired.com/2007/07/crowdsourcing-2/>
- Country Brand Index Latino América, CBI. (2013). *Future Brand*. Recuperado en [http://www.futurebrand.com/images/uploads/studies/cbi/CBI\\_Latinoamerica\\_2013.pdf](http://www.futurebrand.com/images/uploads/studies/cbi/CBI_Latinoamerica_2013.pdf)
- Csikszentmihalyi, M. (1988). *Creatividad.El fluir y la psicología del descubrimiento y la innovación*. Barcelona. Editorial Pairós. Recuperado de [https://campus.fundec.org.ar/admin/archivos/Mihaly\\_13.pdf](https://campus.fundec.org.ar/admin/archivos/Mihaly_13.pdf)
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The Psychology of Optimal Experience. (Fluir, una sicología de la Felicidad)*. Barcelona. Editorial Kairós. Decimotercera edición 2008. Recuperado de
- Cuenca; Bayón, & Madariaga, 2011, *Decálogo del Ocio*.pp 121 y 122, en *Educación del Ocio en Victoria Gasteiz*. Universidad de Deusto. Editado por el Ayuntamiento Victoria Gasteiz.
- Cuenca, J. y Ahedo, R. (eds.) (2016). *Los efectos sociales del ocio y las industrias creativas y culturales. Una mirada desde diversos ámbitos, colectivos y contextos*, Bilbao: Universidad de Deusto. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6226996>
- Cuenca, M. (2000a). *Ocio humanista. Dimensiones y manifestaciones actuales del ocio*. Bilbao, Universidad de Deusto.
- Cuenca, M. (2000b). *Ocio y desarrollo humano. Propuesta para el IV Congreso Mundial del Ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Cuenca, M. (2006). *Aproximación Multidisciplinar a los Estudios de Ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto,
- Cuenca, M. (2006). Capítulo X: *La educación del ocio*, (199- 221) en *Estrategias de formación en el siglo XXI*. Editor, López-Barajas Z. E.2006). Barcelona: Ariel
-

---

Cuenca, M. (2009). *Ocio Humanista, Dimensiones y manifestaciones actuales el Ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Cuenca, M. (2014). *Ocio Valioso*, Bilbao: Universidad de Deusto.

Cuenca, M., y Izaguirre, C. (2010). *Ocio y juegos de azar*. España Universidad de Deusto. Bilbao,

Cuenca, M., y Lazcano Quintana, L. (2010). *Sobre el ocio creativo: situación actual de las Ferias de Artes Escénicas*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Cuenca, M.; Aguilar & Ortega (2010). *Ocio para innovar*. Universidad de Deusto. Bilbao.

## [D]

De Bofarull, I. (2005). *Ocio y tiempo libre: un reto para la familia*. Colección: Astrolabio Familia. Recuperado de <http://www.eunsa.es/tienda/astrolabio-familia/1094-ocio-y-tiempo-libre-un-reto-para-la-familia.html>

De Bringas Martines, A. (2014). *Derechos humanos y cooperación internacional para el desarrollo en América Latina. Crónica de una relación conflictiva*. País Vasco. Universidad del País Vasco.

Del Cid Pérez, Méndez y Franco. (2007). *Investigación. Fundamentos y metodología*, México: Pearson Educación. Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Libros/2012/Investigacion-F/capitulos-6.pdf>

De La Rosa, A. (2017). *Vecinos de la Ciudad Colonial afirman trabajos de remozamiento son un "fiasco"*, Periódico Diario Libre. Recuperado de <https://www.diariolibre.com/noticias/ciudad/vecinos-de-la-ciudad-colonial-afirman-trabajos-de-remozamiento-son-un-fiasco-HA6255458>

De La Rosa, A. (2018). *Cabildo del Distrito Nacional presenta el Plan de Ordenamiento Territorial a empresarios y otros sectores*. Recuperado de <https://www.diariolibre.com/noticias/ciudad/adn-presenta-plan-ordenamiento-territorial-a-empresarios-y-sectores-JL9814784>

Delor, J. (1996). *La Educación encierra un tesoro*. (UNESCO, Ed.) España: Santillana.

Díaz, K. (5 febrero de 2017). *Segunda etapa de la remodelación de la Ciudad Colonial "es más importante que la primera"*. Recuperado de: <https://www.diariolibre.com/noticias/ciudad/segunda-etapa-de-la-remodelacion-de-la-ciudad-colonial-es-mas-importante-que-la-primera-JY6166830>

Directorio - Dominicana Solidaria (2017). *Proyectos, Eventos, Premios y Ofertas de empleo publicadas por Organizaciones sin fines de lucro, Empresas e Instituciones en República Dominicana*. Recuperado de <https://www.dominicanasolidaria.org/directorio/>

---

Dirección General de Cine, Noticia. (2018). *Yvette Marichal: Sin beneficios fiscales no existiría la industria de cine en República Dominicana*. Ministerio de Cultura. (MICUL) RD. Recuperado de <http://dgcine.gob.do/web/2018/02/yvette-marichal-sin-beneficios-fiscales-no-existiria-la-industria-cine-republica-dominicana/>

Doistua, S. S. (2010). *Ciudad evento y ocio*. Bilbao, España: en C. Ortega; M. Isaguirre. *Los eventos: funciones y tendencias*, pp19-40, Madrid: Silex.

Dominicana on line, RD (2016). *Lugares de interés de la Ciudad Colonial de Santo Domingo. Primera Capital de América*. FUNGLODE. Recuperado de [http://www.dominicanaonline.org/Portal/espanol/cpo\\_patrimoniocult.asp](http://www.dominicanaonline.org/Portal/espanol/cpo_patrimoniocult.asp)

Druker, P. (1974). *La sociedad post-capitalista*. Editora Norma.

Druker, P. (2014). *La administración en una época de grandes cambios*, Penguin Random House Grupo. Editorial Argentina.

Dumazedier, J. (1964). *Hacia la civilización del Ocio*. Barcelona: Editora Estela.

## [E]

Elorriaga G., Cristina. (2003). *Los Mecenas del Siglo XXI*. Experiencias y Técnicas en la Gestión del Ocio. ISBN 84-7485-867-4, págs. 113-1224. Recuperado de [http://www.funlibre.org/biblioteca2/docs\\_digitales/ocio\\_y\\_consumo/los\\_mecenas\\_del\\_siglo\\_21.pdf](http://www.funlibre.org/biblioteca2/docs_digitales/ocio_y_consumo/los_mecenas_del_siglo_21.pdf)

Elizalde, R. y Gomes, C (2010), *Ocio y Recreación en América Latina: conceptos, abordajes y posibilidades de resignificación*. Polis (Santiago), vol.9, n. 26, ISSN 07186568. Recuperado de [http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-65682010000200002](http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-65682010000200002)

## [F]

Facebook. (2017) *Bares de tapas y restaurantes en Santo Domingo*. Recuperado de <https://www.facebook.com/search/110423385653396/placesin/119869574758000/places/intersect/>

Fernández, A. (11 de febrero de 2013). *Crowdsourcing, metodología de presente y futuro* Curiosidades Web. Recuperado de <http://www.analyticaweb.com/curiosidades-web/crowdsourcing-metodologia-de-presente-y-futuro>

Fernández, M. L. (2000). *El arte como vivencia del ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Fernández, M. L. (2014). *Ocio Estético Valioso*. Bilbao. Universidad de Deusto

Freire, P. (1967). *Educación como una práctica de la libertad*. Editora Siglo (2007). México.

Friedmann, G. (1956). *Le Travail enmiettes: Specialisation et loisirs*. Paris: Guilliard.

- 
- Foursquares. (2017) *Lo mejor de la Zona Colonial Santo Domingo, República Dominicana*. Recuperado de <https://es.foursquare.com/explore?cat=topPicks&mode=url&near=Zona%20Colonial%20Santo%20Domingo%20Rep%C3%BAblica%20Dominicana&nearGeold=10003826>
- Fundación Arte y Mecenazgo, (2 de octubre de 2014). *El mecenazgo artístico como placer*. Resumen mesa redonda, Caixa Forum, Madrid. Recuperado de: [http://fundacionarteymecenazgo.org/wp-content/uploads/2014/10/El-mecenazgo-art--stico-como-placer\\_resumen.pdf](http://fundacionarteymecenazgo.org/wp-content/uploads/2014/10/El-mecenazgo-art--stico-como-placer_resumen.pdf)
- Fundación Neuronilla para la Creatividad y la Innovación (7 de julio de 2009). *Felicidad y Creatividad*. Mihaly Csikszentmihalyi. Recuperado de: <https://www.neuronilla.com/felicidad-y-creatividad-mihaly-csikszentmihalyi/>

## [G]

- García, G. M., y Fernández F.; Y. Z. (2001). *La dimensión de la industria de la cultura y el ocio en España: Análisis nacional, regional y sectorial*. (Vol. ICE, Economía de la Cultura). (U.A. Madrid, Ed.), Madrid: Información Comercial, Departamento de Análisis Económico. Recuperado de: <http://www.revistasice.info/cachepdf/ICE79242607A45483B10A6C7258EE9253CDE96D4D0.pdf>
- García, J. L., y Santizo Rincón, J. A. (2010). *Análisis de la relación entre la gestión del tiempo libre, el ocio y los estilos de aprendizaje*. Revista Estilos de Aprendizaje, nº5, Vol. 5.
- Gardner, H. (1983). *Estructura de la mente, Teoría de las inteligencias múltiples*. México. Editora Fondo de Cultura Económica.
- Geno 2.0. (November de 2015). *Changing Planet. Geographic Sets Sail to the Dominican Republic*, National Geographic. Recuperado de: <https://blog.nationalgeographic.org/2015/11/06/genographic-sets-sail-to-the-dominican-republic/>
- Getino, Octavio, 2010, *El Turismo como parte del "Tiempo de Ocio"*, Recuperado de: <http://octaviogetinocine.blogspot.com/2010/06/el-turismo-como-parte-del-tiempo-de.html>
- Giménez E., C. (2003). *Los Mecenas del Siglo XXI*. Localizado en: Experiencias y técnicas en la gestión del ocio / coord. por Amaia Apraiz, María Felisa Iribar Bilbao, págs. 113-122. Recuperado de [http://funlibre.org/biblioteca2/docs\\_digitales/ocio\\_y\\_consumo/los\\_mecenas\\_del\\_siglo\\_21.pdf](http://funlibre.org/biblioteca2/docs_digitales/ocio_y_consumo/los_mecenas_del_siglo_21.pdf)
- Gomes, C. (2012). *América Latina ocio y geopolítica del conocimiento*, Revista Física y Deporte, Vol. 31. No. 2, versión digital, p108. Recuperado de <http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/educacionfisicaydeporte/article/view/14405>
- Gomes, C. & Elizalde R. (2012). *Horizontes latinoamericanos do lazer / Horizontes latinoamericanos del ocio*. Belo Horizonte. Editora UFMG. Recuperado de <https://grupootium.files.wordpress.com/2012/06/horizontes-latino-americanos-lazer-junho-20123.pdf>
- Gomes, C. (2014). *El ocio y la recreación en las sociedades latinoamericanas actuales*. Recuperado de <http://polis.revues.org/9905>, Centro de Investigación Sociedad y Políticas Públicas. (CISPO) <http://polis.revues.org>

---

Goytia, A. (2008). *Claves interpretativas de las experiencias de ocio. Mas allá de la participación y el disfrute está la persona*. en M.J. Monteagudo, *La experiencia de ocio: una mirada científica desde los estudios de ocio*, pp.17-42: Bilbao, Universidad de Deusto.

Grijalba, R. (3de febrero de 2016.) *16 lecciones del Foro de Davos*, Manpower Group. Recuperado de <http://www.manpowergroup.es/raul-grijalba-16-lecciones-del-foro-de-davos>

Gutiérrez, Gustavo. (21 de diciembre de 2011). *Texto del Sermón de Antón Montesino según Bartolomé de Las Casas. Conmemoración de Los 500 Años del Sermón de Antón Montesino y La Primera Comunidad de Dominicos en América*. Recuperado de <http://www2.dominicos.org/kitupload/file/especial-montesino/montesino-gustavo-gutierrez.pdf>

## [H]

Henderson, K.A. (2000). *Implicaciones del compromiso y la separación, como experiencia de ocio relativas al desarrollo humano*, en M. Cuenca, (editor) (2000). *Ocio y desarrollo humano, Propuesta para el VI Congreso Mundial de Ocio*, pp. 37-43. Bilbao: Universidad de Deusto.

Helliwell, J.R. Layard, R. & Sachs, J.D. (2018). *World Happiness Report, 2018*, New York, Sustainable Development, Solutions Network. Recuperado de [https://s3.amazonaws.com/happiness-report/2018/WHR\\_web.pdf](https://s3.amazonaws.com/happiness-report/2018/WHR_web.pdf)

Hernández, M. (2018). *Citas celebres de Karlos Marx*. (S. X. Itylis, Editor). Recuperado de <https://www.euroresidentes.com/entretenimiento/frases-citas-imagenes/citas-celebres-de-karl-marx>

Hernández S. & R. Fernández C, C; Baptista L. M del Pilar (2010) *Metodología de la Investigación*. México, McGraw-Hill. Recuperado de <https://www.esup.edu.pe/descargas/depinvestigacion/Methodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20ta%20Edici%C3%B3n.pdf>

Howe, J. (2 de june de 2006). *Crowdsourcing, Why The power of the crowd is driving the future of the business*. Recuperado de *Crowdsourcing: A Definition*: [http://crowdsourcing.typepad.com/cs/2006/06/crowdsourcing\\_a.html](http://crowdsourcing.typepad.com/cs/2006/06/crowdsourcing_a.html)

Howkins, J. (2001). *The creative economy: how people make money from ideas*, (*Economía Creativa* Allen Lane/The Penguin Press, London.

Huizinga, J. (1987). *Homo Ludens*. Madrid: Alianza.

## [I]

Igarza, R. (2009). *Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural*, Buenos Aires, Ed: La Crujía. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/143134357/Igarza-Roberto-Burbujas-de-Ocio-Nuevas-Formas-de-Consumo-Cultural>

---

Informe GEO Santo Domingo (marzo, 2007). Consejo Nacional de Asuntos Urbanos CONAU; Universidad Autónoma de Santo Domingo UASD y Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. Recuperado de <http://www.pnuma.org/deat1/pdf/2007GEOsantoDomingo.pdf>

Instituto de Estadística, Comunidad de Madrid (2018).  
*La industria del ocio y la cultura en la Comunidad de Madrid.*  
Recuperado de: <http://www.madrid.org/iestadis/fijas/efemerides/ociocm.htm>

Irizarri, E. (2015). *La Ciudad Colonial de Santo Domingo, Lugar donde el arte, la cultura y las noches bohemias conviven en armonía, para el disfrute del visitante.*  
Recuperado de: <http://www.elcaribe.com.do/2015/08/22/ciudad-colonial-santo->

## [K]

Kleiber, D.A. (2000). *Implicaciones del compromiso y la separación, como experiencia de ocio relativas al desarrollo humano*, en M. Cuenca, (editor)(2000). *Ocio y desarrollo humano, Propuesta para el VI Congreso Mundial de Ocio*, pp. 65-74. Bilbao: Universidad de Deusto.

Koniszcz, G. (1 de noviembre de 2017).. *Ranking Marcas País América Latina 2017: Ganadores, Perdedores y Tendencias.* TPBO. 2017-2018 Country Brand Report América Latina.  
Recuperado de <https://placebrandobserver.com/es/ranking-marca-pais-america-latina-2017/>

Kotler, P. (2003). *Los 80 Conceptos esenciales del marketing de la A a la Z*, Patrocinop.112, Madrid: Pearson, Prentice Hall.

Kriekemans, A. (1973), *Pedagogía General*. Barcelona: Herder.

## [L]

Lain E., P. (1960). *El ocio y la fiesta en el pensamiento actual*, en *Ocio y trabajo*, Madrid: revista de Occidente.

Lafargue, P. (1991). *El derecho a la pereza*. Madrid: Fundamentos.

Las redes de investigación Otium y OcioGune, (2012). Firman un convenio con la Organización Mundial de Ocio. Recuperado de <https://blogs.deusto.es/EstudiosOcio/las-redes-de-investigacion-otium-y-ociogune-que-preside-en-la-actualidad-la-universidad-de-deusto-firman-un-convenio-con-la-organizacion-mundial-de-ocio/>

Lazcano, I. & Doistua, J. (2010). *Espacios y experiencias de Ocios: Consolidación, transformación y virtualidad*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Lista de la Junta de Vecinos de la Circunscripción No. 1, D.N.  
[http://www.adn.gob.do/joomlatools-files/docman-files/Juntas\\_de\\_vecinos\\_Circ1.pdf](http://www.adn.gob.do/joomlatools-files/docman-files/Juntas_de_vecinos_Circ1.pdf)

Lista 20 Minutos. (20017). *Top 10. Lugares Históricos para visitar en La Zona Colonial de Santo Domingo.* Recuperado de <https://listas.20minutos.es/lista/top-10-lugares-historicos-para-visitar-en-la-zona-colonial-de-santo-domingo-368600/>.

---

López Aranguren, J. C. (1992). *Ética de la felicidad y otros lenguajes*. Madrid: Tecnos.

López Meléndez, A. (21 septiembre, 2012). *¿Ley de mecenazgo o la última panacea de la cultura?*  
Recuperado de <http://hoy.com.do/ley-de-mecenazgo-o-la-ultima-panacea-de-la-cultura/>

## [M]

Marx, K. (1980) *Manuscritos económico-filosóficos, 1844*, Traducción, Francisco Rubio Llorente, Madrid, Editora Alianza. Recuperado de <http://ceiphistorica.com/wpcontent/uploads/2016/01/Marx-Karl-Manuscritos-Econom%C3%ADa-y-Filosof%C3%ADa-Ed.-Alianza.pdf>

Marx, K. y Engels, F. (1975) *Manifiesto Partido Comunista*. México. Centro de Estudios Socialistas. Recuperado de <https://centromarx.org/images/stories/PDF/manifiesto%20comunista.pdf>

Martínez de Morentin. J.I. (2003) *¿Qué son los institutos y los animadores?* Responde la UNESCO Editorial: Centro UNESCO de San Sebastián. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001390/139072s.pdf>

Maslow, A. (1943). *Theory of Human Motivation*, Sychological Review, vol. 50, 1943, pp. 370-396. Obtenido del Capítulo 3. Maslow: *teoría de las necesidades básicas y de la esencia humana*. Recuperad de <http://www.julioboltvinik.org/documento/Tesis%20Ampliar%20la%20mirada%20PDF/Vol%20/Cap%C3%ADtulo%203.%20Maslow.pdf>

May. R. (1985). *El hombre en busca de sí mismo*, Buenos Aires: Editorial Central.

Maynard, H. B. (1999). *The fourth wave. Business in the 21st century* (La Cuarta Ola, El mundo de los negocios en el siglo XXI). Barcelona: Granica, S.A.

Medina, D. (27de febrero de 2017). *Discurso de toma de posesión del Excelentísimo Señor Presidente de la República Dominicana, Lic. Danilo Medina Sánchez*. Recuperado de <https://presidencia.gob.do/discurso/discurso-de-toma-de-posesion-del-presidente-danilo-medina>

Medina, D. (2016). *Discurso del presidente Danilo Medina ante la 71 Asamblea General de la ONU. 71 Asamblea General de la ONU. Nueva York: Presidencia de la Republica Dominicana*. Recuperado de <http://eldia.com.do/discurso-del-presidente-danilo-medina-ante-la-71-asamblea-general-de-la-onu/>

Medina D. y Betances D. (08 de septiembre de 2015). Responsabilidad social de las organizaciones no gubernamentales, Observatorio Político Dominicano. (OPD). Recuperado de: <http://www.opd.org.do/index.php/analisis-sociedad-civil/2033-responsabilidad-social-de-las-organizaciones-no-gubernamentales>

Mejía, F. y Soto W. (11 de mayo de 2017). La lista de millonarios de República Dominicana. Conoce a los hombres más ricos de República Dominicana. Forbes Staff / México. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/la-lista-millonarios-republica-dominicana/>

- 
- Mendía, R., y Pitarque, J. M. (1975). *Educación en el Tiempo Libre*. En 23 Documentación, d 5, Los Objetivos del Grupo. Salamanca: Instituto Pontificio San Pío X.
- Mendía, R. (s/f) *Una nueva dimensión educativa del ocio de los escolares*. Recuperado de <https://www.rafaelmendia.com/mendia/Hemeroteca.html>  
[https://www.rafaelmendia.com/mendia/Hemeroteca files/CP780702.PDF](https://www.rafaelmendia.com/mendia/Hemeroteca%20files/CP780702.PDF)
- Melé, C. D. (2007). *Responsabilidad social de la empresa: una revisión crítica a las principales teorías*. Revista vasca de economía, ISSN 0213-3865, Nº. 65, 2007. (Ejemplar dedicado a: Responsabilidad social de la empresa. Más allá de la sabiduría convencional / coord. por José Miguel Rodríguez Fernández), págs. 50-67.  
Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2533611>
- Merton, R; Fiske, M y Kendall, P. (1990), *Propósitos y Criterios de la Entrevista Focalizada, Metodología de investigación. (The Focused Interview, A manual of problems and procedures, 1945, first edition, 1990 second edition, The Free Press.)*
- Metro-RD. (20 de marzo de 2017). *Primer Congreso Nacional de Cine*. Recuperado de <https://www.metro-rd.com/do/cine/2017/03/20/primer-congreso-nacional-cine-sera-23-24-marzo.html>
- Ministerio de Cultura, RD. (20 de julio de 2016). Ley de Mecenazgo: valioso instrumento para el desarrollo cultural. Recuperado de: <https://www.diariolibre.com/opinion/en-directo/ley-de-mecenazgo-valioso-instrumento-para-el-desarrollo-cultural-LX4404814>
- Ministerio Economía y Desarrollo, (Clasificación de las Asociaciones sin Fines de Lucro y Programas de Beneficio Público o de Servicio a Terceras Personas (Anexo A) Recuperado de <http://economia.gob.do/wp-content/uploads/drive/Publicaciones/Anexo%20A-Clasificacion.pdf>
- Montañés, J. Á. (14 de junio de 2016). *412 entidades y personalidades piden un impulso del mecenazgo*. Barcelona. Recuperado de [https://elpais.com/ccaa/2016/06/14/catalunya/1465906522\\_955065.html](https://elpais.com/ccaa/2016/06/14/catalunya/1465906522_955065.html)
- Monteagudo, M. D. (2008). *La Experiencia de ocio una mirada científica desde los Estudio de ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Molina, M., (2015). *21 premios Nobel apuestan por mecenazgo privado para el desarrollo científico*. Periódico El Mundo, Recuperado de <http://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2015/06/01/556c2fa9ca4741f4798b457d.html>
- Morillo, A. (2017). *El Índice de Pobreza Multidimensional para América Latina (IPM-LA): Una aplicación para República Dominicana 2005-2016. (Informe Preliminar)* MEPyD, ministro Isidoro, director Alexis Cruz Santana, 2Unidad Asesora de AEyS, Recuperado de: <http://economia.gob.do/wpcontent/uploads/drive/UAAES/Estimaciones%20de%20Pobreza/Informe%20Preliminar%20indice%20pobreza%20multidimensional%20para%20America%20Latina.pdf>

---

Munné, F., & Codina, N. (1992). *El ocio, un modo de comportarse en el tiempo / Del ocio al tiempo libre*, en Psicología Social del ocio y el tiempo libre Capítulo 6, Psicología Social Aplicada. Coordinadores: J. L. Álvaro, A. Garrido y J. R. Torregrosa (1996). Madrid: McGraw-Hill. (pp. 429-448). Recuperado de [https://www.researchgate.net/profile/NuriaCodina/publication/257766145\\_Psicologia\\_Social\\_delocio\\_y\\_el\\_tiempo\\_libre/links/00b7d525d5643621e4000000/Psicologia-Social-del-ocio-y-el-tiempo-libre.pdf](https://www.researchgate.net/profile/NuriaCodina/publication/257766145_Psicologia_Social_delocio_y_el_tiempo_libre/links/00b7d525d5643621e4000000/Psicologia-Social-del-ocio-y-el-tiempo-libre.pdf)

Muñiz Razo, C. (2011). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis*. México: Prentice Hall.

Muñoz de Gaviria; A.M. (18 de enero de 2012). *Mecenazgo y empresa privada en la cultura*. Recuperado de <https://www.elespectador.com/opinion/mecenazgo-y-empresa-privada-en-la-cultura-columna-321765>

## [N]

Navarro, Ana (2016). *Crowdfunding. Qué es, tipos, fiscalidad y ejemplos*. Recuperado de: [«Crowdfunding – Qué es, tipos, fiscalidad y ejemplos.»](#).

New Economics Foundation (2012). *Happy Planet Index (Índice del planetafeliz)* Recuperado de: <http://www.happyplanetindex.org/data/>

Newbiggin, J. (2010). *Economía Creativa. Una guía introductoria*. Serie Economía Creativa Cultural 1. British Council. Recuperado en: [https://cerlalc.org/wp-content/uploads/publicaciones/olb/PUBLICACIONES\\_OLB\\_La-economia-creativa-una-guia-introductoria\\_V1\\_010210.pdf](https://cerlalc.org/wp-content/uploads/publicaciones/olb/PUBLICACIONES_OLB_La-economia-creativa-una-guia-introductoria_V1_010210.pdf)

Núñez, F. (2014) *Zona Colonial: Unión Junta de Vecinos proclama: la sociedad civil somos todos*, periódico Vanguardia del Pueblo. Recuperado de: <http://vanguardiadelpueblo.do/2014/03/31/zona-colonial-union-junta-de-vecinos-proclama-la-sociedad-civil-somos-todos/>

## [O]

Observatorio Turístico de la Ciudad Colonial (OTCC-SD) (2017) *Datos Recientes. Boletín No. 01 enero 2016*, Ministerio de Turismo (MITUR-RD) Programa de Fomento de Turismo para la Ciudad de Santo Domingo, RD.

Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos (ACNUDH) (2016). *¿Qué son los derechos humanos?*, organización de las Naciones Unidas (ONU) Recuperado de <http://www.ohchr.org/SP/Issues/Pages/WhatareHumanRights.aspx>

Oficina de la Unesco en Santiago. (sin fecha) *Industrias creativas* Oficina Regional de Educación de la UNESCO para América Latina y el Caribe Recuperado de: <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/> Oficina Nacional de Estadistas (ONE). (2010). *IX Censo Nacional de Población y Vivienda de RD*. Recuperado de: <http://www.one.gob.do/geoestadistica/index.php>

- 
- Ogilvy, D. (1963) *Confesiones de un Publicitario*. Barcelona: Ediciones oikos-tau, g. a.  
Recuperado de: [http://biblio3.url.edu.gt/Libros/2011/con\\_publi.pdf](http://biblio3.url.edu.gt/Libros/2011/con_publi.pdf)
- Oliveira, F., Ramos, I., & Santos, L. (2010). *Definition of a Crowdsourcing Innovation Service for the European SMEs*. Current Trends in Web Engineering, 412–416 en Aldo F. Vilardy; Fernando Prieto y Juan D. López V. (2014). Crowdsourcing como Herramienta en las Estrategias de Responsabilidad Social de las Organizaciones. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/320919639\\_Crowdsourcing\\_como\\_Herramienta\\_en\\_las\\_Estrategias\\_de\\_Responsabilidad\\_Social\\_de\\_las\\_Organizaciones](https://www.researchgate.net/publication/320919639_Crowdsourcing_como_Herramienta_en_las_Estrategias_de_Responsabilidad_Social_de_las_Organizaciones)
- Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI). (2013). *Encuesta Latinoamericana de Prácticas Culturales 2013*. Recuperado de: [http://www.oei.es/historico/publicaciones/detalle\\_publicacion.php?id=147](http://www.oei.es/historico/publicaciones/detalle_publicacion.php?id=147)
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2005). *Hacia las sociedades del conocimiento*. Paris: Organización de las Naciones Unidas, ONU.  
Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001419/141908s.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2013a). *Informe sobre la Economía Creativas. Ampliar los cauces*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (PNUD), Edición Especial.  
Recuperado de: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2013b). *Las industrias creativas impulsan las economías y el desarrollo, según un informe de la ONU*. Servicio de Prensa UNESCO. Recuperado de: <http://www.unesco.org/new/es/media-services/in-focus-articles/creative-industries-boost-economies-and-development-shows-un-report/>
- Organización de las Naciones Unidas. (20 de marzo de 2017). *La ONU celebra el Día Internacional de la Felicidad*. Objetivos de Desarrollo Sostenible / 7 objetivos para transformar nuestro mundo. Recuperado de: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2017/03/la-onu-celebra-el-dia-internacional-de-la-felicidad/>
- Ortega, C., Izaguirre, M. (2010). *Los eventos: funciones y tendencias*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Otero López., J. C. (2009). *La pedagogía del ocio: nuevos desafíos*. Lugo, España: Axac.

## [P]

- Papa Francisco (2018). *El mensaje que enviara al Foro Económico Mundial Davos 2018*. WEF.  
Recuperado de <https://www.weforum.org/es/agenda/2018/01/el-mensaje-del-papa-francisco-a-davos18/>
- Plan de Ordenamiento Territorial del Distrito Nacional (octubre, 2017) *Documento preliminar para socialización*. DN-SD. Recuperado de [http://adn.gob.do/pot/1-PLAN-DE-ORDENAMIENTO-TERRITORIAL-\(POT\)/1.1-POT-Capital-Documento-Preliminar-Oct2017.pdf](http://adn.gob.do/pot/1-PLAN-DE-ORDENAMIENTO-TERRITORIAL-(POT)/1.1-POT-Capital-Documento-Preliminar-Oct2017.pdf)

---

Peter, D. F. (1974). *La Sociedad Post capitalista*. USA. Editora Sudamericana.

Pieper. J. (1962). *El ocio y la vida intelectual*, (4ta. Edición 1979). Madrid: Rialp.

Recuperada en: <http://itinerariummentis1.blogspot.com/2013/06/libro-el-ocio-y-la-vida-intelectual.html>

Pimente, K. (22 de junio de 2017) *La pobreza se redujo 11.8 por ciento en la República Dominicana, según Ministerio de Economía*. Recuperado de <https://acento.com.do/2017/economia/8468314-reduccion-pobreza-kharla/>

Polanco, M. (23 de octubre de 2017). *Valdez Albizu; economía creció 4% entre enero y agosto*. Periódico El Caribe. Recuperado de <http://elcaribe.com.do/2017/10/23/valdez-albizu-economia-crecio-4-entre-enero-y-agosto/>

Porto, J. P., & Meriño, M. (2011). *Definiciones de Patrocinio*. Recuperado de <https://definicion.de/patrocinio/>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, RD. (PNUD- RD). (2017). *República Dominicana en breve*. Recuperado de: <http://www.do.undp.org/content/dominican-republic/es/home/countryinfo.html>

## [Q]

Quiñones, A. (13 de julio de 2016). *La Cámara de Diputados aprueba en primera lectura la Ley de Mecenazgo*. Recuperado de <https://www.diariolibre.com/revista/la-camara-de-diputados-aprueba-en-primera-lectura-la-ley-de-mecenazgo-AX4330992>

## [R]

Ramírez M. & N. Ruiz, V; Rojas, F. (2015). *Población y vivienda en la CC; Censo y Encuesta de negocios; Encuesta Turística*, en Patricia- Leonor. (1 de noviembre de 2015). *Realizan investigación en la Ciudad Colonial en busca del desarrollo de esta zona*. Recuperado en: <https://www.diariolibre.com/noticias/ciudad/realizan-investigacion-en-la-ciudad-colonial-en-busca-del-desarrollo-de-esta-zona-IJ1748291>

Razo, M. C. (2003). *Como Asesorar una investigación de tesis*, México, 1ra.edición: Pearson Educación, Prentice Hall.

Racionero, L. (2006). *Del paro al ocio*, Anagrama, Colección Argumento.

Rivera Butzbach, E. (2012). *Crowdfunding: la eclosión de la financiación colectiva, un cambio tecnológico*, social y económico 1: ediciones micro temas (1 edición). Barcelona. Recuperado de <http://www.microtemas.com/libros/crowdfunding/ebook-pdf-crowdfunding-microtemas-edicion1-junio-2012-indice-y-capitulo1.pdf>

- 
- Rivera, S. (7 de septiembre de 2016). *Manuel Jiménez: "Hice todo lo que pude por la Ley de Mecenazgo"*. Recuperado de <https://www.diariolibre.com/revista/cultura/manuel-jimenez-hice-todo-lo-que-pude-por-la-ley-de-mecenazgo-YI4875089>
- Roca, V. & Pérez A, I. (2010). *Apuntes para la Gestión del Turismo Cultural en la Ciudad Colonial de Santo Domingo*. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, AECID. Santo Domingo, RD.
- Rodríguez G; J. (2014). *El crowdfunding: mucho más que un simple mecenazgo*. (AECE, Ed.) Recuperado de: [ElCrowdfundingmuchoMasQueUnMecenazgo-4647477.pdf](http://www.aece.es/revista/ElCrowdfundingmuchoMasQueUnMecenazgo-4647477.pdf)
- Rodríguez A., F. (2008). *Mecenas y los mecenas de la Antigüedad*. pp.19-30, en *Mecenazgo y Humanidades en tiempos de Lastanosa*. Editores: Aurora Egido y José E. Laplana. Instituto de Estudio Altoaragoneses. Zaragoza: Colección Actas Filología. Recuperado de <https://ifc.dpz.es/recursos/publicaciones/28/57/03rodriguez.pdf>  
[http://www.rae.es/sites/default/files/Homenaje\\_Yndurain.pdf](http://www.rae.es/sites/default/files/Homenaje_Yndurain.pdf)
- Rodríguez F., R. (2011). De industrias culturales a industrias del ocio, y creativas: los límites del «campo» cultural, Alicante: Comunicar, nº 36, Revista Científica de Educomunicación; páginas 149-156. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15817007018>
- Rodríguez, G. J. (2014). *El crowdfunding: mucho más que un simple micromecenazgo*, CONT4BL3, p.10, Barcelona, Editora: AECE. Recuperado de: [https://www.derechocambiosocial.com/revista037/CONT4BL3\\_49.pdf](https://www.derechocambiosocial.com/revista037/CONT4BL3_49.pdf)
- Rodríguez S., L.A. (2012). *Mecenazgo y ocio para alcanzar la felicidad*. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos109/mecenazgo-y-ocio-alcanzar-felicidad/mecenazgo-y-ocio-alcanzar-felicidad.shtm>
- Rodríguez S., L.A. (2016). *Santo Domingo, una Ciudad Virgen para disfrutar el ocio en su piel. El ocio como motor de desarrollo de las ciudades*. Recuperado de: [http://www.cienciarred.com.ar/ra/usr/50/1660/comunicaribe\\_rodriguez\\_pp29\\_julio2016opt.pdf](http://www.cienciarred.com.ar/ra/usr/50/1660/comunicaribe_rodriguez_pp29_julio2016opt.pdf)
- Rousseau, J. J. (1754). *Discourse on the Origin of Inequality*. Minnesota: Filiquarian. Recuperado de: <http://website.aub.edu.lb/fas/cvsp/Documents/DiscourseonInequality.pdf879500092.pdf>
- Rousseau, J. J. (1820). *El origen y los fundamentos de las Desigualdad de condiciones de los hombres*. Gerona: Imprenta de A. Oliva. Recuperado de: [https://books.google.com.do/books?id=ZjwKAQAAMAAJ&printsec=frontcover&dq=l+origen+de+la+de+sigualdad+de+los+hombres+Rousseau&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjXqvi7\\_eTYAhXCKGMKHWGwCXcQ6AEIMDAC#v=onepage&q=l%20origen%20de%20la%20desigualdad%20de%20los%20hombres%20Rous](https://books.google.com.do/books?id=ZjwKAQAAMAAJ&printsec=frontcover&dq=l+origen+de+la+de+sigualdad+de+los+hombres+Rousseau&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjXqvi7_eTYAhXCKGMKHWGwCXcQ6AEIMDAC#v=onepage&q=l%20origen%20de%20la%20desigualdad%20de%20los%20hombres%20Rous)
- Ruiz O. & J.I. (2017). *Metodología de la investigación cualitativa*, Serie Ciencias Sociales, vol. 15. Universidad de Deusto Bilbao.
-

- 
- Ruskin, H. (2000) *¿Cómo puede la educación del ocio contribuir al desarrollo humano?*; en M. Cuenca C. (ed) (2000) *Ocio y desarrollo humano*, pp. 122-125. Bilbao, Universidad de Deusto.
- Rubio, & Madariaga. (2012). *Video Juego y discapacidad. El reto de la inclusión*. Bilbao, España: Universidad de Deusto, en L. Pérez-Castilla. *Buenas Prácticas de accesibilidad e videos juegos*, (PP 29-34) Madrid: CEAPT.
- Rushkoff, D. (2007). *Renacimiento 2.0, Empresa e innovación en la nueva economía*. España: Tendencias.
- Russell, B. (1986). *Elogio de la ociosidad*. Madrid: Eldhsa. Citado por: San Salvador del Valle, R. (2000b). *Política de Ocio: Cultura, turismo, deportes y recreación*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Russell, T. J. & Ronald; K, W. (2005). *Kleppner Publicidad*, México: Pearson Educación, Prentice Hall, Recuperado de: <https://es.scribd.com/doc/247996616/Kleppner-Publicidad>

## [S]

- Sánchez, A. (12 de febrero 2018 ) Yvette Marichal: "*Sin beneficios fiscales no existiría la industria de cine en República Dominicana...*" Recuperado de <https://www.nacion.com/viva/cine/yvette-marichal-sin-beneficios-fiscales-no/6OBJCR6UQVCDVLGKKGELJ5SHRA/story/>
- Sánchez, K. (2017). *Declaraciones sobre la Ciudad Colonial, Entrevista espacial para esta tesis. Encargado de Asuntos Culturales y Comunitarios*. Clúster Turístico Santo Domingo (CTSD).
- San Salvador del Valle, R. (2000). *Política de Ocio. Cultura, turismo, deporte y recreación*, Bilbao: Universidad de Deusto.
- San Salvador Del Valle, R. (2006). *Introducción de la Historia de los Estudios de Ocio en el siglo XX*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- San Salvador del Valle, R. (2010). *Ciudad, evento y ocio, en pp.19-40*. Bilbao: Universidad de Deusto
- San Salvador del Valle, R. (2011). *La experiencia de ocio y los museos del siglo XXI*, en J.C. Rico (ed) *Museos: del templo al laboratorio*, pp. 329-343. Madrid: Silex Bilbao: Universidad de Deusto.
- Santiso C. (3 de febrero de 2017). *BID: La elevada violencia en Latinoamérica y el Caribe cuesta el 3.5% de su PIB anual*. Agencia EFE. Washington. Recuperado de <https://www.eldinero.com.do/36479/bid-la-elevada-violencia-en-latinoamerica-y-el-caribe-cuesta-el-3-5-de-su-pib-anual/>
- Schwab, K. (14 de enero de 2016.). *La cuarta revolución industrial*. Foro Economía Mundial, Ginebra, Suiza. Debate.

- 
- Schenk, E., & Guittard, C. (2009). *Crowdsourcing: What can be Outsourced to the Crowd, and Why?*
- Sesboüé, B., & Theobald, C. (1997). *Historia de los dogmas*. Secretariado Trinitario.  
Recuperado de [https://books.google.com.do/books?id=2Z1VgXyefGwC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.do/books?id=2Z1VgXyefGwC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Segura, S. & Cuenca, M. (2008). *El ocio en la Roma antigua*, Bilbao: Universidad de Deusto.
- Seminario-taller “RSE en la Cultura”. (13 de septiembre de 2017). Expertos debaten sobre: “Responsabilidad social empresarial en la cultura”. Recuperado de [http://www.7dias.com.do/cultura/2017/09/13/i234105\\_expertos-varios-paises-debaten-sobre-responsabilidad-social-empresarial-cultura.html#.WIAv7N\\_iZPY](http://www.7dias.com.do/cultura/2017/09/13/i234105_expertos-varios-paises-debaten-sobre-responsabilidad-social-empresarial-cultura.html#.WIAv7N_iZPY).
- Seneca. (2008). *Diálogos: Sobre el Ocio y de la brevedad de la vida*. Madrid: Credos, S.A.
- Slim, Carlos. (26 de noviembre de 2014). *Trabajar menos, trabajar mejor*. América Economía: México  
Recuperado de <https://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/trabajar-menos-trabajar-mejor>
- Stebbins, R. (2000). *Educación para el Ocio Serio. Declaración Internacional de World Leisure And Recreation Association*, Canadá, Comisión de Educación de WLRA  
Recuperado de <https://ciio.files.wordpress.com/2010/05/declaracion-para-el-ocio-serio.pdf>
- Strathren, P. (2001). *Marx en 90 minutos: (1818-1884)*. España: Siglo XXI.
- Sulek, M. (2010a). *On the Classical Meaning of Philanthropy*, Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, vol. 39, nº 3, junio, pp. 385-408. Recuperado de <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0899764009333050>
- Sulek, M. (2010b). *On the Modern Meaning of Philanthropy*, Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, vol. 39 nº. 2, abril, pp. 193-212. Recuperado de <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0899764009333052>
- [T]
- Thorstein, V. (1995). *Teoría de la clase ociosa*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Tinsley, H.E.A. & Tinsley, D.J. (1986). *A Theory of work an ell-being*.  
Journal of Health and Social Behavior, 42(2), pp.115-131.
- Trilla Bernet. J. & Puig R.J. (1996). *La pedagogía del ocio*. España: Laertes.
- Toffler, A. (1980). *La tercera ola*, Barcelona. Editores Plaza & Janes. S.A.  
Recuperado de <https://cruceshernandezguerra.wikispaces.com/file/view/La+tercera+ola.pdf>
- Toffler, A. & Toffler, H., (2009). *La educación para el mañana*, YouTube,  
Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=y99RXOW5DMI>
-

---

Trigo, V. (2001). *Contextos de ocio y desarrollo humano, en Ocio y desarrollo: potencialidades del ocio para el desarrollo humano*, págs. 207-222, (prólogo de C. de la Cruz, Ayuso). Bilbao: Universidad de Deusto.

Tripadvisor. (2017) *Hoteles dentro de la Zona Colonial Santo Domingo, República Dominicana*. Recuperado de [https://www.tripadvisor.es/HotelsNear-g147289-d4699562-Zona\\_Colonial-Santo\\_Domingo\\_Santo\\_Domingo\\_Province\\_Dominican\\_Republic.html](https://www.tripadvisor.es/HotelsNear-g147289-d4699562-Zona_Colonial-Santo_Domingo_Santo_Domingo_Province_Dominican_Republic.html)

Tripadvisor. (2017) *Restaurantes cerca de Zona Colonial Santo Domingo, República Dominicana*. Recuperado de [https://www.tripadvisor.es/RestaurantsNear-g147289-d4699562-Zona\\_Colonial-Santo\\_Domingo\\_Santo\\_Domingo\\_Province\\_Dominican\\_Republic.html](https://www.tripadvisor.es/RestaurantsNear-g147289-d4699562-Zona_Colonial-Santo_Domingo_Santo_Domingo_Province_Dominican_Republic.html)

## [U]

Unión de Junta de Vecinos de la Zona Colonial de Santo Domingo (2012-2218) <https://www.facebook.com/Union-De-Juntas-De-Vecinos-De-Ciudad-Colonial-1382486998653076/>

## [V]

Valdez, I. (2017) *¿Qué haremos con el tiempo libre que nos dejarán los robots?, WE*, Recuperado de <https://www.weforum.org/es/agenda/2017/09/que-haremos-con-el-tiempo-libre-que-nos-dejaran-los-robots>

Veblen, Th. (1995). *Teoría de la Clase ociosa*, México: Fondo de Cultura Económica.

Villalona, M. (2017). *Informe del Observatorio Turístico de la Ciudad Colonial (IOT-CC)*, Programa Fomento al Turismo a la Ciudad Colonial (PFTCC-SD) MITUR

Vukovic, M., & Bartolini, C. (2010). *Towards a Research Agenda for Enterprise Crowdsourcing. Leveraging Applications of Formal Methods, Verification, and Validation*, 425–434. en: Aldo F. Vilardy; Fernando Prieto y Juan D. López V. (2014). *Crowdsourcing como Herramienta en las Estrategias de Responsabilidad Social de las Organizaciones*.

## [W]

Weber, W. (1969). *El problema del Tiempo libre*. Madrid, Editora Nacional.

Weissenstein, M. (19 de diciembre de 2012). *En América Latina se encuentran los 10 países más felices*. México, AP. Recuperado de <http://hoy.com.do/en-america-latina-se-encuentranlos-10-paises-mas-felices/>

World Economic Forum, WEF. (2014). *Informe Competitividad Global, (2012-2013). Foro Economía Mundial*, Ginebra, Suiza. Recuperado de <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2014-2015/rankings/>

---

World Economic Forum, WEF. (2016). *Recapitulación de Davos 2016*. Recuperado de <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/a-recap-of-davos-2016>

World Leisure and Recreation WLRA. (1994). *International Charter for Leisure Education. World Leisure Organization and Recreation Association. European Leisure and Recreation Association*. Recuperado en <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10261133.1994.9673916>

[Z]

Zuazo, A. (03 de marzo de 2017). *La ilustración recorrió luces de la razón*. El Diario Cultural, Recuperado de [http://www.eldiario.net/noticias/2017/2017\\_03/nt170303\\_cultural.php?n=23&-la-ilustracion-descorrio-luces-de-la-razon](http://www.eldiario.net/noticias/2017/2017_03/nt170303_cultural.php?n=23&-la-ilustracion-descorrio-luces-de-la-razon).

---

---

## LEYES DOMINICANAS VINCULADAS AL OBJETO DEL ESTUDIO

---

1. Ley No. 318 sobre el Patrimonio Cultural de la Nación. 14/06/1968
2. Ley No. 50-88 sobre drogas y sustancias controladas, 30/05/1988.
3. Ley No. 66-97 General de Educación, 04/02/1997.
4. Ley No. 139-97 sobre el control de Días Feriados, 19/06/1997.
5. Ley No. 139-01 del Sistema Nacional de Educación Superior, 13/08/2001.
6. Ley No. 287-04 sobre Prevención, Supresión y Limitación de Ruidos Nocivos, 22/07/2004.
7. Ley No.122-05 de Regulación y Fomento de las Asociaciones Sin Fines de Lucro, 08/04/2005.
8. Ley No. 358-05 de Protección de los Derechos del Consumidor o Usuario, 9/09/2005.
9. Ley No. 488-08 que establece un Régimen Regulatorio para el Desarrollo y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), 30/12/2008
- 10.Ley No. 108-10 de Fomento para la Producción Cinematográfica, 29/07/2010.
- 11.Ley No. 84-79 Orgánica de La Corporación de Fomento de la Industria Hotelera y Turística, que sustituye la Ley 542-69, 04/08/2010.

---

---

## PROYECTOS DE LEYES VINCULADOS AL OBJETO DEL ESTUDIO

---

**PROYECTO DE LEY MEDIANTE EL CUAL SE ESTABLECE EL RÉGIMEN DE INCENTIVO Y FOMENTO DEL MECENAZGO CULTURAL DE LA REPÚBLICA DOMINICANA.** Ver orden del día de la Sesión Ordinaria No.00003, 04/09/2018. p.3. En espera para su aprobación y puesta en funcionamiento después que sea sancionada por el Poder Ejecutivo. Mas información en [https://www.camaradediputados.gob.do/serve/listfile\\_download.aspx?id=9603&num=1](https://www.camaradediputados.gob.do/serve/listfile_download.aspx?id=9603&num=1)  
<http://sil.camaradediputados.gob.do:8095/ReportesGenerales/VerDocumento2?documentold=72749>

**PROYECTO DE LEY DE ARTE PÚBLICO**, el objetivo de este proyecto es promover, fomentar e incentivar el arte y el embellecimiento de los espacios públicos, mediante la inclusión de obras artísticas como parte integral de carácter exigible a todas las construcciones, edificaciones, proyectos u obras ejecutadas por el Estado dominicano, en cualquiera de sus poderes y dependencias nacionales, provinciales o municipales. Presentado para su conocimiento desde el año 2006 por primera vez y reintroducido en el 2018. Fue aprobada en el Senado en segunda lectura, falta que sea conocida por las Cámara Diputados. Más información en <http://www.senado.gob.do/senado/Inicio/tabid/40/ctl/ArticleView/mid/439/articleId/1899/Senado-aprueba-en-segunda-lectura-proyecto-de-Ley-sobre-Arte-Publico.aspx>

---

## FUENTES DOCUMENTALES CLASIFICADAS POR MEDIO DE DIFUSIÓN

---

### [LIBROS FÍSICOS]

1. Amigo, M.L. (2000). El arte como vivencia del ocio. Bilbao: Universidad de Deusto.
2. Ander-Egg, E. (1993). Técnicas de investigación social, Buenos Aires, Editado por Magisterio del Rio de la Plata.
3. Aristóteles. (1993). Ética Nicomáquea, Ética Eudemia. Madrid: Gredos.
4. Belly, P. L. (2004). El shock del manegement: la revolución del conocimiento. México, DF: McGaw-Hill Interamericana.
5. Berenstein, M. (6 de junio del 2012). Peter Druker, "Gestionarse a sí mismo". Extracto de "Management Challenges for the 21st Century" (HarperCollins, 1999).
6. Bohrnstedt, G. W. (1976). Evaluación de la confiabilidad y validez en la medición de actitudes. Medición de actitudes. México, DF: Ed. Trillas, 103-127.
7. Bunge, M. (1975). La ciencia. Su método y su filosofía. Buenos Aires: Edit. Siglo XX
8. Carides, J., y López, J. (2002). Ocio y voluntad social. Búsqueda para un equilibrio integrador. Bilbao: Universidad de Deusto.
9. Cospleston, F. (1994). Historia de la Filosofía, Vol.1, Grecia y Roma. Ariel.
10. Csikszentmihalyi, M. (1990). Flow: The Fisichology of Optimal Experience. (Fluir, una sicología de la Felicidad). Barcelona. Editorial Kairós. Decimotercera edición 2008.
11. Cuenca; Bayón, & Madariaga, 2011, Decálogo del Ocio.pp 121 y 122, en Educacion del Ocio en Victoria Gasteiz. Universidad de Deusto. Editado por el Ayuntamiento Victoria Gasteiz.
12. Cuenca, J. y Ahedo, R. (eds.) (2016). Los efectos sociales del ocio y las industrias creativas y culturales. Una mirada desde diversos ámbitos, colectivos y contextos, Bilbao: Universidad de Deusto.
13. Cuenca, M. (2000a). Ocio humanista. Dimensiones y manifestaciones actuales del ocio. Bilbao, Universidad de Deusto.
14. Cuenca, M. (2000b). Ocio y desarrollo humano. Propuesta para el IV Congreso Mundial del Ocio. Bilbao: Universidad de Deusto.
15. Cuenca, M. (2006). Aproximación Multidisciplinar a los Estudios de Ocio. Bilbao: Universidad de Deusto,
16. Cuenca, M. (2006). Capítulo X: La educación del ocio, (199- 221) en Estrategias de formación en el siglo XXI. Editor, López-Barajas Z. E.2006). Barcelona: Ariel.
17. Cuenca, M. (2009). Ocio Humanista, Dimensiones y manifestaciones actuales el Ocio. Bilbao: Universidad de Deusto.
18. Cuenca, M. (2014). Ocio Valioso, Bilbao, Universidad de Deusto.
19. Cuenca, M., y Izaguirre, C. (2010). Ocio y juegos de azar. España Universidad de Deusto. Bilbao,
20. Cuenca, M.; Aguilar & Ortega (2010). Ocio para innovar. Universidad de Deusto. Bilbao.
21. Cuenca, M., y Lazcano Quintarna, L. (2010). Sobre el ocio creativo: situación actual de las Ferias de Artes Escénicas. Bilbao: Universidad de Deusto.
22. De Bofarull, I. (2005). Ocio y tiempo libre: un reto para la familia. Colección: Astrolabio Familia.
23. De Bringas Martines, A. (2014). Derechos humanos y cooperación internacional para el desarrollo en América Latina. Crónica de una relación conflictiva. País Vasco. Universidad del País Vasco.
24. Delor, J. (1996). La Educación encierra un tesoro. (UNESCO, Ed.) España: Santillana.
25. Doistua, S. S. (2010). Ciudad evento y ocio. Bilbao, España: en C. Ortega; M. Isaguirre. Los eventos: funciones y tendencias, pp19-40, Madrid: Silex.

- 
26. Druker, P. (1974). *La sociedad post-capitalista*. Editora Norma.
  27. Druker, P. (2014). *La administración en una época de grandes cambios*, Penguin Random House Grupo. Ed. Argentina.
  28. Dumazedier, J. (1964). *Hacia la civilización del Ocio*. Barcelona: Editora Estela.
  29. Fernández, M. L. (2000). *El arte como vivencia del ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
  30. Fernández, M. L. (2014). *Ocio Estético Valioso*. Bilbao: Universidad de Deusto
  31. Freire, P. (1967). *Educación como una práctica de la libertad*. Editora Siglo (2007). México.
  32. Friedmann, G. (1956). *Le Travail enmiettés: Specialisation et loisirs*. Paris: Guilliard. Gardner, H. (1983). *Estructura de la mente, Teoría de las inteligencias múltiples*. México. Editora Fondo de Cultura Económica.
  33. Goytia, A. (2008). *Claves interpretativas de las experiencias de ocio. Mas allá de la participación y el disfrute está la persona: en M.J. Monteagudo, La experiencia de ocio: una mirada científica desde los estudios de ocio, pp.17-42: Bilbao, Universidad de Deusto.*
  34. Hernández S. & R. Fernández C, C; Baptista L. M del Pilar (2010) *Metodología de la Investigación*. México, McGraw-Hill.
  35. Henderson, K.A. (2000). *Implicaciones del compromiso y la separación, como experiencia de ocio relativas al desarrollo humano, en M. Cuenca, (editor) (2000). Ocio y desarrollo humano, Propuesta para el VI Congreso Mundial de Ocio, pp. 37-43. Bilbao: Universidad de Deusto.*
  36. Howkins, J. (2001). *The creative economy: how people make money from ideas, (Economía Creativa Allen Lane/ The Penguin Press, London.*
  37. Huizinga, J. (1987). *Homo Ludens*. Madrid: Alianza.
  38. Igarza, R. (2009). *Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural, Buenos Aires, Ed: La Crujía.*
  39. Kleiber, D.A. (2000). *Implicaciones del compromiso y la separación, como experiencia de ocio relativas al desarrollo humano, en M. Cuenca, (editor) (2000). Ocio y desarrollo humano, Propuesta para el VI Congreso Mundial de Ocio, pp. 65-74. Bilbao: Universidad de Deusto.*
  40. Kotler, P. (2003). *Los 80 Conceptos esenciales del marketing de la A a la Z, Patrocinop.112, Madrid: Pearson, Prentice Hall.*
  41. Kriekemans, A. (1973), *Pedagogía General*. Barcelona: Herder.
  42. Lain E., P. (1960). *El ocio y la fiesta en el pensamiento actual, en Ocio y trabajo, Madrid: revista de Occidente.*
  43. Lafargue, P. (1991). *El derecho a la pereza*. Madrid: Fundamentos.
  44. Lazcano, I.& Doistua, J. (2010). *Espacios y experiencias de Ocios: Consolidación, transformación y virtualidad*. Bilbao: Universidad de Deusto.
  45. López Aranguren, J. C. (1992). *Ética de la felicidad y otros lenguajes*. Madrid: Tecnos.
  46. Marx, K. (1980) *Manuscritos económico-filosóficos, 1844, Traducción, Francisco Rubio Llorente, Madrid, Editora Alianza.*
  47. Marx, K. y Engels, F. (1975) *Manifiesto Partido Comunista*. México. Centro de Estudios Socialistas.
  48. May. R. (1985). *El hombre en busca de sí mismo*, Buenos Aires: Editorial Central.
  49. Maynard, H. B. (1999). *The fourth wave. Business in the 21st century (La Cuarta Ola, El mundo de los negocios en el siglo XXI)*. Barcelona: Granica, S.A.
  50. Merton, R.;Fiske, M y Kendall, P. (1990), *Propósitos y Criterios de la Entrevista Focalizada, Metodología de investigación. (The Focused Interview, A manual of problems and procedures, 1945, first edition, 1990 second edition, The Free Press.)*
  51. Mendia, R., y Pitarque, J. M. (1975). *Educación en el Tiempo Libre*. En 23 Documentación, d 5, Los Objetivos del Grupo. Salamanca: Instituto Pontificio San Pío X.

- 
52. Monteagudo, M. D. (2008). La Experiencia de ocio una mirada científica desde los Estudio de ocio. Bilbao: Universidad de Deusto.
  53. Muñiz Razo, C. (2011). Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis. México: Prentice Hall.
  54. Ogilvy, D. (1963) Confesiones de un Publicitario. Barcelona: Ediciones oikos-tau, g. a.
  55. Ortega, C., Izaguirre, M. (2010). Los eventos: funciones y tendencias. Bilbao: Universidad de Deusto.
  56. Otero López., J. C. (2009). La pedagogía del ocio: nuevos desafíos. Lugo, España: Axac.
  57. Peter, D. F. (1974). La Sociedad Post capitalista. USA. Editora Sudamericana.
  58. Pieper. J. (1962). El ocio y la vida intelectual, (4ta. Edición 1979). Madrid: Rialp.
  59. Razo, M. C. (2003). Como Asesorar una investigación de tesis, México, 1ra.edición: Pearson Educación, P. HI.
  60. Racionero, L. (2006). Del paro al ocio, Anagrama, Colección Argumento.
  61. Ruiz O. & J.I. (2017). Metodología de la investigación cualitativa, Serie Ciencias Sociales, vol. 15. Universidad de Deusto Bilbao.
  62. Ruskin, H. (2000) ¿Cómo puede la educación del ocio contribuir al desarrollo humano?; en M. Cuenca C. (ed) (2000) Ocio y desarrollo humano, pp. 122-125. Bilbao, Universidad de Deusto.
  63. Rubio, & Madariaga. (2012). Video Juego y discapacidad. El reto de la inclusión. Bilbao, España: Universidad de Deusto, en L. Pérez-Castilla. Buenas Prácticas de accesibilidad y videos juegos, (PP 29-34) Madrid: CEAPT.
  64. Rushkoff, D. (2007). Renacimiento 2.0, Empresa e innovación en la nueva economía. España: Tendencias.
  65. Russell, B. (1986). Elogio de la ociosidad. Madrid: Eldhsa. Citado por: San Salvador del Valle, R. (2000b). Política de Ocio: Cultura, turismo, deportes y recreación. Bilbao: Universidad de Deusto.
  66. Russell, T. J. & Ronald; K, W. (2005). Kleppner Publicidad, México: Pearson Educación, Prentice Hall, San Salvador del Valle, R. (2000). Política de Ocio. Cultura, turismo, deporte y recreación, Bilbao: Universidad de Deusto.
  67. San Salvador Del Valle, R. (2006). Introducción de la Historia de los Estudios de Ocio en el siglo XX. Bilbao: Universidad de Deusto.
  68. San Salvador del Valle, R. (2010). Ciudad, evento y ocio, en pp.19-40.Bilbao: Universidad de Deusto
  69. San Salvador del Valle, R. (2011). La experiencia de ocio y los museos del siglo XXI, en J.C. Rico (ed) Museos: del templo al laboratorio, pp. 329-343. Madrid: Silex Bilbao: Universidad de Deusto.
  70. Segura, S. & Cuenca, M. (2008). El ocio en la Roma antigua, Bilbao: Universidad de Deusto.
  71. Seneca. (2008). Diálogos: Sobre el Ocio y de la brevedad de la vida. Madrid: Credos, S.A.
  72. Schwab, K. (14 de enero de 2016.). La cuarta revolución industrial. Foro Economía Mundial, Ginebra, Suiza. Debate
  73. Schenk, E., & Guittard, C. (2009). *Crowdsourcing: What can be Outsourced to the Crowd, and Why?*
  74. Strathren, P. (2001). Marx en 90 minutos: (1818-1884). España: Siglo XXI.
  75. Sue, R. (1980). Le Loisir. París, Francia: Presses Universitaires de France.
  76. Thorstein, V. (1995). Teoría de la clase ociosa. México: Fondo de Cultura Económica.
  77. Tinsley, H.E.A. & Tinsley, D.J. (1986). A Theory of work an ell-being. Journal of Health and Social Behavior, 42(2), pp.115-131.
  78. Trilla Bernet. J. & Puig R.J. (1996). La pedagogía del ocio. España: Laertes.
  79. Trigo, V. (2001). Contextos de ocio y desarrollo humano, en Ocio y desarrollo: potencialidades del ocio para el desarrollo humano, págs. 207-222, (prólogo de C. de la Cruz, Ayuso). Bilbao: Universidad de Deusto.
  80. Veblen, Th. (1995). Teoría de la Clase ociosa, México: Fondo de Cultura Económica.
  81. Weber, W. (1969). El problema del Tiempo libre. Madrid, Editora Nacional.
-

---

## [LIBROS ONLINE]

1. Bowen, H. R. (2013). Responsabilidad social del empresario. Universidad de Iowa Press. Social Responsibility of the Businessman. Recuperado de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ALIPAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=Howard+Bowen+public%C3%B3+el+libro+%E2%80%9CSocial+Responsibilities+of+the+Businessman%E2%80%9D.&ots=da3dUgqlrt&sig=Ef\\_d9xy6G3vpdUHOeC13xf-DZVPE#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ALIPAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=Howard+Bowen+public%C3%B3+el+libro+%E2%80%9CSocial+Responsibilities+of+the+Businessman%E2%80%9D.&ots=da3dUgqlrt&sig=Ef_d9xy6G3vpdUHOeC13xf-DZVPE#v=onepage&q&f=false)
2. Basurto Amparano.A. (2005). Sistema de Empresa Inteligente. Hermosillo, Sonora, México: Empresas Inteligente. Recuperado de <http://www.empresainteligente.com/libro.php>
3. Rousseau, J. J. (1820). El origen y los fundamentos de las Desigualdad de condiciones de los hombres. Gerona: Imprenta de A. Oliva. Recuperado de: [https://books.google.com.do/books?id=ZjwKAQAAMAAJ&printsec=frontcover&dq=l+origen+de+la+desigualdad+d+e+los+hombres+Rousseau&hl=es&sa=X&ved=0ahUKewjXgvi7\\_eTYAhXCKGMKHWGwCXcQ6AEIMDAC#v=onepage&q=%20origen%20de%20la%20desigualdad%20de%20los%20hombres%20Rous](https://books.google.com.do/books?id=ZjwKAQAAMAAJ&printsec=frontcover&dq=l+origen+de+la+desigualdad+d+e+los+hombres+Rousseau&hl=es&sa=X&ved=0ahUKewjXgvi7_eTYAhXCKGMKHWGwCXcQ6AEIMDAC#v=onepage&q=%20origen%20de%20la%20desigualdad%20de%20los%20hombres%20Rous)
4. Sesboüé, B., & Theobald, C. (1997). *Historia de los dogmas*. Secretariado Trinitario. Recuperado de [https://books.google.com.do/books?id=2Z1VqXyefGwC&printsec=frontcover&hl=es&source=qbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.do/books?id=2Z1VqXyefGwC&printsec=frontcover&hl=es&source=qbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

## [LIBROS EN PDF]

1. Alonso Vázquez, M. (2016) Marketing social corporativo. Recuperado de <https://es.slideshare.net/WilmanSantos/alonso-vazquez-marketing-social-corporativo>
2. Buitrago R., F. y Duque M., I. (2013). Economía Naranja. Banco Interamericano de Desarrollo Editora Aguilar. Recuperado de <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/3659/La%20economia%20naranja%3A%20Una%20oportunidad%20infinita.pdf?sequence=4>
3. Clark, H.& Bokova, I. (2014). Informe sobre la Economía Creativa, 2013. New York Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (PNUD), Edición Especial.
4. Checo, J. C; Maggiolo V, Veloz; Mateo, A.L. y González, J. (1998) Santo Domingo, elogio y memoria de la ciudad, CODETEL (2014). Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/25126348/SANTO-DOMINGO-ELOGIO-Y-MEMORIA-DE-UNA-CIUDAD-1>
5. Del Cid Pérez, Méndez y Franco. (2007). Investigación. Fundamentos y metodología, México: Pearson Educación. Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Libros/2012/Investigacion-F/capitulos-6.pdf>
6. Gutiérrez, Gustavo. (21 de diciembre de 2011). Texto del Sermón de Antón Montesino según Bartolomé de Las Casas. Conmemoración de Los 500 Años del Sermón de Antón Montesino y La Primera Comunidad de Dominicos en América. Recuperado de <http://www2.dominicos.org/kitupload/file/especial-montesino/montesino-gustavo-gutierrez.pdf>
7. Munné, F., & Codina, N. (1992). El ocio, un modo de comportarse en el tiempo / Del ocio al tiempo libre, en Psicología Social del ocio y el tiempo libre Capítulo 6, Psicología Social Aplicada. Coordinadores: J. L. Álvaro, A. Garrido y J. R. Torregrosa (1996). Madrid: McGraw-Hill. (pp. 429-448). Recuperado de [https://www.researchgate.net/profile/NuriaCodina/publication/257766145\\_Psicologia\\_Social\\_delocio\\_y\\_el\\_tiempo\\_libre/links/00b7d525d5643621e4000000/Psicologia-Social-del-ocio-y-el-tiempo-libre.pdf](https://www.researchgate.net/profile/NuriaCodina/publication/257766145_Psicologia_Social_delocio_y_el_tiempo_libre/links/00b7d525d5643621e4000000/Psicologia-Social-del-ocio-y-el-tiempo-libre.pdf)
8. Newbigin, J. (2010). Economía Creativa. Una guía introductoria. Serie Economía Creativa Cultural 1. British Council. Recuperado en: [https://cerlalc.org/wp-content/uploads/publicaciones/olb/PUBLICACIONES\\_OLB\\_La-economia-creativa-una-guia-introductoria\\_V1\\_010210.pdf](https://cerlalc.org/wp-content/uploads/publicaciones/olb/PUBLICACIONES_OLB_La-economia-creativa-una-guia-introductoria_V1_010210.pdf)
9. Rivera Butzbach, E. (2012). *Crowdfunding: la eclosión de la financiación colectiva, un cambio tecnológico, social y económico 1*: ediciones micro temas (1 edición). Barcelona. Recuperado de <http://www.microtemas.com/libros/crowdfunding/ebook-pdf-crowdfunding-microtemas-edicion1-junio-2012-indice-y-capitulo1.pdf>
10. Rodríguez A., F. (2008). Mecenas y los mecenas de la Antigüedad. pp.19-30, en Mecenazgo y Humanidades en tiempos de Lastanosa. Editores: Aurora Egido y José E. Laplana. Instituto de Estudio Altoaragonese Zaragoza: Colección Actas Filología. Recuperado de <https://ifc.dpz.es/recursos/publicaciones/28/57/03rodriguez.pdf> y [http://www.rae.es/sites/default/files/Homenaje\\_Yndurain.pdf](http://www.rae.es/sites/default/files/Homenaje_Yndurain.pdf)
11. Toffler, A. (1980). La tercera ola, Barcelona. Editores Plaza & Janes. S.A. Recuperado de <https://cruceshernandezguerra.wikispaces.com/file/view/La+tercera+ola.pdf>

---

## [REVISTAS CIENTÍFICAS / PUBLICACIONES DIGITALES]

1. Antoine, C. (2010). Mapa del Mecenazgo Cultural en América Latina. Revista de Humanidades No.21, pp.121-182. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/3212/321227216007/>
2. Arredondo, F.G.; Rosas, J.A, & Villa, L.E. (2011). Comportamiento ciudadano organizacional y RSE. [Comportamentocidadãõ organizacional e RSE Organizationalcitizenshipbehaviour and CSR] Cuadernos de Administración, 24(43), 221. Recuperado de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-35922011000200011](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-35922011000200011)
3. Bell J., A. G. (2017). Educación para la transformación social: la propuesta pedagógica de Paulo Freire y el contexto universitario. Posgrado y Sociedad. Vol. 15 No. 2. Recuperado de [https://assliuab.noblogs.org/files/2013/09/freire\\_educaci%C3%B3n\\_como\\_pr%C3%A1ctica\\_libertad.pdf\\_-1.pdf](https://assliuab.noblogs.org/files/2013/09/freire_educaci%C3%B3n_como_pr%C3%A1ctica_libertad.pdf_-1.pdf)
4. Bonil, J. y Pujol, R. M. (2011). Educación Científica a propósito de la palabra crisis. Enseñanza de las Ciencias: Revista de Investigación y Experiencias Didácticas, Vol.29(2). Recuperado de: <http://www.raco.cat/index.php/Ensenanza/article/viewFile/243836/353439>
5. Carné, D. M (2007). Responsabilidad social de la empresa: una revisión crítica a las principales teorías: Revista vasca de economía, N°. 65, coord. José Miguel Rodríguez Fernández, págs. 50-67. Recuperad de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2533611>
6. Carta internacional para la Educación del ocio de la World, Leisure and Recreation,Association, WLRA. (1993). Jerusalén: 243.1, Traducción de Yolanda Lázaro Fernández. Recuperado de: <http://studylib.es/doc/6403635/carta-internacional-para-la-educaci%C3%B3n-del-ocio>
7. Elorriaga G., Cristina. (2003). Los Mecenas del Siglo XXI. Experiencias y Técnicas en la Gestión del Ocio. ISBN 84-7485-867-4, págs. 113-1224. Recuperado de [http://www.funlibre.org/biblioteca2/docs\\_digiales/ocio\\_y\\_consumo/los\\_mecenas\\_del\\_siglo\\_21.pdf](http://www.funlibre.org/biblioteca2/docs_digiales/ocio_y_consumo/los_mecenas_del_siglo_21.pdf)
8. Elizalde, R. y Gomes, C (2010), Ocio y Recreación en América Latina: conceptos, abordajes y posibilidades de resignificación Polis (Santiago), vol.9, n. 26, ISSN 07186568. Recuperado de [http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-65682010000200002](http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-65682010000200002)
9. García, G. M., y Fernández F.; Y. Z. (2001). La dimensión de la industria de la cultura y el ocio en España: Análisis nacional, regional y sectorial. (Vol. ICE, Economía de la Cultura). (U.A. Madrid, Ed.), Madrid: Información Comercial, Departamento de Análisis Económico. Recuperado de: [http://www.revistasice.info/cachepdf/ICE79242607A45483B10A6C7258\\_EE9253CDE96D4D0.pdf](http://www.revistasice.info/cachepdf/ICE79242607A45483B10A6C7258_EE9253CDE96D4D0.pdf)
10. García, J. L., y Santizo Rincón, J. A. (2010). Análisis de la relación entre la gestión del tiempo libre, el ocio y los estilos de aprendizaje. Revista Estilos de Aprendizaje, nº5, Vol. 5. [https://www2.uned.es/revistaestilosdeaprendizaje/numero\\_5/articulos/lsr\\_5\\_abril\\_2010.pdf](https://www2.uned.es/revistaestilosdeaprendizaje/numero_5/articulos/lsr_5_abril_2010.pdf)
11. Giménez E., C. (2003). Los Mecenas del Siglo XXI. Localizado en: Experiencias y técnicas en la gestión del ocio / coord. por Amaia Apraiz, María Felisa Iribar Bilbao, págs. 113-122. Recuperado de [http://funlibre.org/biblioteca2/docs\\_digiales/ocio\\_y\\_consumo/los\\_mecenas\\_del\\_siglo\\_21.pdf](http://funlibre.org/biblioteca2/docs_digiales/ocio_y_consumo/los_mecenas_del_siglo_21.pdf)
12. Gomes, C. (2012). América Latina ocio y geopolítica del conocimiento, Revista Física y Deporte, Vol. 31. No. 2, versión digital, p108. Recuperado de <http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/educacionfisicaydeporte/article/view/14405>
13. Gomes, C. & Elizalde R. (2012). Horizontes latinoamericanos do lazer / Horizontes latinoamericanos del ocio. Belo Horizonte. Editora UFMG. Recuperado de [https://grupootium.files.wordpress.com/2012/06/horizontes\\_latino\\_americanos\\_lazer\\_junho\\_20123.pdf](https://grupootium.files.wordpress.com/2012/06/horizontes_latino_americanos_lazer_junho_20123.pdf)
14. Gomes, C. (2014). El ocio y la recreación en las sociedades latinoamericanas actuales. Recuperado de <http://polis.revues.org/9905>, Centro de Investigación Sociedad y Políticas Públicas. (CISPO) <http://polis.revues.org>
15. Maslow, A. (1943). Theory of Human Motivation, Sychological Review, vol. 50, 1943, pp. 370-396. Obtenido del Capítulo 3. Maslow: teoría de las necesidades básicas y de la esencia humana. Recuperad de <http://www.julioboltvinik.org/documento/Tesis%20Ampliar%20la%20mirada%20PDF/Vol%20I/Cap%3ADtulo%203.%20Maslow.pdf>
16. Melé, C. D. (2007). Responsabilidad social de la empresa: una revisión crítica a las principales teorías. Revista vasca de economía, ISSN 0213-3865, N°. 65, 2007. (Ejemplar dedicado a: Responsabilidad social de la empresa. Más allá de la sabiduría convencional / coord. por José Miguel Rodríguez Fernández), págs. 50-67. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2533611>

- 
17. Oliveira, F., Ramos, I., & Santos, L. (2010). Definition of a Crowdsourcing Innovation Service for the European SMEs. Current Trends in Web Engineering, 412–416 en Aldo F. Vilardy; Fernando Prieto y Juan D. López V. (2014). Crowdsourcing como Herramienta en las Estrategias de Responsabilidad Social de las Organizaciones. <https://www.researchgate.net/publication/320919639/download>
  18. Rodríguez F., R. (2011) De industrias culturales a industrias del ocio, y creativas: los límites del «campo» cultural, Alicante: Comunicar, nº 36, Revista Científica de Educomunicación; páginas 149-156. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15817007018>

## [PERIÓDICOS DIGITALES]

1. Quiñones, A. (13 de julio de 2016). La Cámara de Diputados aprueba en primera lectura la Ley de Mecenazgo. Recuperado de <https://www.diariolibre.com/revista/la-camara-de-diputados-aprueba-en-primera-lectura-la-ley-de-mecenazgo-AX4330992>
2. Agence France-Presse (AFP). (21 de julio de 2014). Trabajar solo tres días a la semana, la propuesta de Carlos Slim. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-14278337>
3. Álbarezy Lafuente, (14 de septiembre de 2014). Latinoamérica tiene hambre de cultura, Conclusiones EPCL-OEI, 2013. El País. Recuperado de [https://elpais.com/cultura/2014/09/17/actualidad/1410981112\\_655895.html](https://elpais.com/cultura/2014/09/17/actualidad/1410981112_655895.html)
4. Castro, C. (9 de febrero de 2015). ¡Un dominicano...! (Apuntes para un Manual de Sociología barata) Recuperado de: <https://acento.com.do/2015/opinion/8220011-un-dominicano/>
5. De La Rosa, A. (2017). Vecinos de la Ciudad Colonial afirman trabajos de remozamiento son un “fiasco”, Periódico Diario Libre. Recuperado de <https://www.diariolibre.com/noticias/ciudad/vecinos-de-la-ciudad-colonial-afirman-trabajos-de-remozamiento-son-un-fiasco-HA6255458>
6. De La Rosa, A. (2018). Cabildo del Distrito Nacional presenta el Plan de Ordenamiento Territorial a empresarios y otros sectores. Recuperado de <https://www.diariolibre.com/noticias/ciudad/ adn-presenta-plan-ordenamiento-territorial-a-empresarios-y-sectores-JL9814784>
7. Díaz, K. (5 de febrero de 2017). Segunda etapa de la remodelación de la Ciudad Colonial “es más importante que la primera”. Recuperado de: <https://www.diariolibre.com/noticias/ ciudad/segunda-etapa-de-la-remodelacion-de-la-ciudad-colonial-es-mas-importante-que-la-primera-JY6166830>
8. Irizarri, E. (22 de agosto de 2015). La Ciudad Colonial de Santo Domingo, Lugar donde el arte, la cultura y las noches bohemias conviven en armonía, para el disfrute del visitante. Recuperado de: <http://www.elcaribe.com.do/2015/08/22/ciudad-colonial-santo->
9. López Meléndez, A. (21 de septiembre, 2012). ¿Ley de mecenazgo o la última panacea de la cultura? Recuperado de <http://hoy.com.do/ley-de-mecenazgo-o-la-ultima-panacea-de-la-cultura/>
10. Metro-RD. (20 de marzo de 2017). Primer Congreso Nacional de Cine. Recuperado de <https://www.metro.com.do/cine/2017/03/20/primer-congreso-nacional-cine-sera-23-24-marzo.html>
11. Ministerio de Cultura, RD. (20 de julio de 2016). Ley de Mecenazgo: valioso instrumento para el desarrollo cultural. Recuperado de: <https://www.diariolibre.com/opinion/en-directo/ley-de-mecenazgo-valioso-instrumento-para-el-desarrollo-cultural-LX4404814>
12. Montañés, J. Á. (14 de junio de 2016). 412 entidades y personalidades piden un impulso del mecenazgo. Barcelona. Recuperado de [https://elpais.com/ccaa/2016/06/14/catalunya/1465906522\\_955065.html](https://elpais.com/ccaa/2016/06/14/catalunya/1465906522_955065.html)
13. Molina, M., (2015). 21 premios Nobel apuestan por mecenazgo privado para el desarrollo científico. Periódico El Mundo, Recuperado de <http://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2015/06/01/556c2fa9ca4741f4798b457d.html>
14. Muñoz de Gaviria; A.M. (18 de enero de 2012). Mecenazgo y empresa privada en la cultura. Recuperado de <https://www.elespectador.com/opinion/mecenazgo-y-empresa-privada-en-la-cultura-columna-321765>
15. Núñez, F. (3 de marzo de 2014) Zona Colonial: Unión Junta de Vecinos proclama: la sociedad civil somos todos, periódico Vanguardia del Pueblo. Recuperado de: <http://vanguardiadelpueblo.do/2014/03/31/zona-colonial-union-junta-de-vecinos-proclama-la-sociedad-civil-somos-todos/>
16. Pimente, K. (22 de junio de 2017) La pobreza se redujo 11.8 por ciento en la República Dominicana, según Ministerio de Economía. Recuperado de <https://acento.com.do/2017/economia/8468314-reduccion-pobreza-kharla/>

- 
17. Polanco, M. (23 de octubre de 2017). Valdez Albizu; economía creció 4% entre enero y agosto. Periódico El Caribe. Recuperado de <http://elcaribe.com.do/2017/10/23/valdez-albizu-economia-crecio-4-entre-enero-y-agosto/>
  18. Ramírez M. & N. Ruiz, V; Rojas, F. (2015). Población y vivienda en la CC; Censo y Encuesta de negocios; Encuesta Turística, en Patricia- Leonor. (1de noviembre de 2015). Realizan investigación en la Ciudad Colonial en busca del desarrollo de esta zona. Recuperado en: <https://www.diariolibre.com/noticias/ciudad/realizan-investigacion-en-la-ciudad-colonial-en-busca-del-desarrollo-de-esta-zona-IJ1748291>
  19. Rivera, S. (7 de septiembre de 2016). Manuel Jiménez: "Hice todo lo que pude por la Ley de Mecenazgo". Recuperado de <https://www.diariolibre.com/revista/cultura/manuel-jimenez-hice-todo-lo-que-pude-por-la-ley-de-mecenazgo-YI4875089>
  20. Sánchez, A. (12 de febrero 2018 ) Yvette Marichal: "Sin beneficios fiscales no existiría la industria de cine en República Dominicana..." Recuperado de <https://www.nacion.com/viva/cine/yvette-marichal-sin-beneficios-fiscales-no/6OBJCR6UQVCDVLGEKGELJ5SHRA/story/>
  21. Santiso C. (3 de febrero de 2017). BID: La elevada violencia en Latinoamérica y el Caribe cuesta el 3.5% de su PIB anual. Agencia EFE. Washington. Recuperado de <https://www.eldinero.com.do/36479/bid-la-elevada-violencia-en-latinoamerica-y-el-caribe-cuesta-el-3-5-de-su-pib-anual/>
  22. Seminario-taller "RSE en la Cultura". (13 de septiembre de 2017). Expertos debaten sobre: Responsabilidad social empresarial en la cultura". Recuperado de [http://www.7dias.com.do/cultura/2017/09/13/i234105\\_expertos-varios-paises-debaten-sobre-responsabilidad-social-empresarial-cultura.html#.WIAv7N\\_iZPY](http://www.7dias.com.do/cultura/2017/09/13/i234105_expertos-varios-paises-debaten-sobre-responsabilidad-social-empresarial-cultura.html#.WIAv7N_iZPY).
  23. Sulek, M. (2010a): On the Classical Meaning of Philanthropy, Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, vol. 39, nº 3, junio, pp. 385-408. Recuperado de <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0899764009333050>
  24. Sulek, M. (2010b): On the Modern Meaning of Philanthropy, Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, vol. 39 nº. 2, abril, pp. 193-212. Recuperado de <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0899764009333052>

## [REPOSITORIOS DE ARTICULOS]

1. Carides, J. A. (2012). Lo que el tiempo educa: El ocio como construcción pedagógica. ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura, Vol. 188, 754 marzo-abril [2012] Recuperado de [https://www.academia.edu/5110480/Lo\\_que\\_el\\_tiempo\\_educa\\_el\\_ocio\\_como\\_construcci%C3%B3n\\_pedag%C3%B3gica\\_y\\_social](https://www.academia.edu/5110480/Lo_que_el_tiempo_educa_el_ocio_como_construcci%C3%B3n_pedag%C3%B3gica_y_social)
2. Rodríguez S., L.A. (2012) Mecenazgo y ocio para alcanzar la felicidad. Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos109/mecenazgo-y-ocio-alcanzar-felicidad/mecenazgo-y-ocio-alcanzar-felicidad.shtm>
3. Rodríguez S., L.A. (2016). Santo Domingo, una Ciudad Virgen para disfrutar el ocio en su piel. El ocio como motor de desarrollo de las ciudades. Recuperado de: [http://www.cienciated.com.ar/ra/usr/50/1660/comunicaribe\\_rodriguez\\_pp29\\_julio2016opt.pdf](http://www.cienciated.com.ar/ra/usr/50/1660/comunicaribe_rodriguez_pp29_julio2016opt.pdf)

## [BLOGS, REPORTES CHARLAS, PÁGINAS SUELTAS EN PDF Y YOUTUBE ]

1. Amaya, C. (2010). Patrocinio vs. Mecenazgo y Filantropía. Obtenido de Mercadotecnia y Artes: <http://cristinaamaya.com/2010/04/patrocinio-vs-mecenazgo-y-filantropia/>.
2. BP-Tu Revista Scout (s/f). Las 20 mejores frases de Baden Powell (BP) (#15). Recuperado de <http://revistascout.blogspot.com/2014/08/las-20-mejores-frases-de-baden-powell-bp.html>
3. Baden Powell - Frases. (s/f). Otros en Fogón Scout Virtual, Hermandad sin Fronteras. Recuperado de <http://fogonvirtualescout.com/baden-powell/frases-de-baden-powell/>
4. Csikszentmihalyi, M. (1988). Creatividad. El flujo y la psicología del descubrimiento y la innovación. Barcelona. Editorial Paidós. Recuperado de [https://campus.fundec.org.ar/admin/archivos/Mihaly\\_13.pdf](https://campus.fundec.org.ar/admin/archivos/Mihaly_13.pdf)
5. Getino, Octavio, 2010, El Turismo como parte del "Tiempo de Ocio", Recuperado de: <http://octaviogetinocine.blogspot.com/2010/06/el-turismo-como-parte-del-tiempo-de.html>
6. Helliwell, J.R. Layard, R. & Sachs, J.D. (2018). Word Happiness Report, 2018, New York, Sustainable Development, Solutions Network. Recuperado de [https://s3.amazonaws.com/happiness-report/2018/WHR\\_web.pdf](https://s3.amazonaws.com/happiness-report/2018/WHR_web.pdf)

- 
7. Hernández, M. (2018). Citas celebres de Karlos Marx. (S. X. Itylis, Editor). Recuperado de <https://www.euroresidentes.com/entretenimiento/frases-citas-imagenes/citas-celebres-de-karl-marx>
  8. Howe, J. (2 de june de 2006). *Crowdsourcing, Why The power of the crowd is driving the future of the business*. Recuperado de Crowdsourcing: A Definition: [http://crowdsourcing.typepad.com/cs/2006/06/crowdsourcing\\_a.html](http://crowdsourcing.typepad.com/cs/2006/06/crowdsourcing_a.html)
  9. Koniszczcer, G. (1de noviembre de 2017)..Ranking Marcas País América Latina 2017: Ganadores, Perdedores y Tendencias. TPBO. 2017-2018 Country Brand Repost America Latina. Recuperado de <https://placebrandobserver.com/es/ranking-marca-pais-america-latina-2017/>
  10. Las redes de investigación Otium y OcioGune, que preside en la actualidad la Universidad de Deusto, firman un convenio con la Organización Mundial de Ocio. Blogs Deuto.es, Recuperado de <https://blogs.deusto.es/EstudiosOcio/las-redes-de-investigacion-otium-y-ocioqune-que-preside-en-la-actualidad-la-universidad-de-deusto-firman-un-convenio-con-la-organizacion-mundial-de-ocio/>
  11. Ministerio Economía Planificación y Desarrollo (2017). Clasificación de las Asociaciones sin Fines de Lucro y Programas de Beneficio Público o de Servicio a Terceras Personas (Anexo A). Recuperado de <http://economia.gob.do/wp-content/uploads/drive/Publicaciones/Anexo%20A-Clasificacion.pdf>
  12. Naciones Unidas (2017). Criterios para asociarse. ¿Qué es una ONG? Recuperado de <http://www.un.org/es/civilsociety/dpingo/criteria.shtml>
  13. Navarro, Ana (2016). Crowdfunding. Qué es, tipos, fiscalidad y ejemplos. Recuperado de: «[Crowdfunding – Qué es, tipos, fiscalidad y ejemplos.](https://www.navarro.com/que-es-crowdfunding)»
  14. Porto, J. P., & Meriño, M. (2011). Definiciones de Patrocinio. Recuperado de <https://definicion.de/patrocinio/>
  15. Rodríguez G; J. (2014). *El crowdfunding: mucho más que un simple mecenazgo*. (AECE, Ed.) Recuperado de: [ElCrowdfundingmuchoMasQueUnMecenazgo-4647477.pdf](http://www.aece.es/ElCrowdfundingmuchoMasQueUnMecenazgo-4647477.pdf)
  16. Rodríguez, G. J. (2014). El crowfunding: mucho más que un simple micromecenazgo, CONT4BL3, p.10, Barcelona, Editora: AECE. Recuperado de: [https://www.derechoycambiosocial.com/revista037/CONT4BL3\\_49.pdf](https://www.derechoycambiosocial.com/revista037/CONT4BL3_49.pdf)
  17. Rousseau, J. J. (1754). Discourse on the Origin of Inequality. Minnesota: Filiquarian. Recuperado de: <http://website.aub.edu.lb/fas/cvsp/Documents/DiscourseonInequality.pdf879500092.pdf>
  18. Sánchez, K. (2017). Declaraciones sobre la Ciudad Colonial, Entrevista espacial para esta tesis. Encargado de Asuntos Culturales y Comunitarios. Clúster Turístico Santo Domingo (CTSD).
  19. Stebbins, R. (2000). Educación para el Ocio Serio. Declaración Internacional de World Leisure And Recreation Association, Canadá, Comisión de Educación de WLRA. Recuperado de <https://ciio.files.wordpress.com/2010/05/declaracion-para-el-ocio-serio.pdf>
  20. Toffler, A.& Toffler, H., (2009). La educación para el mañana, YouTube. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=y99RXOW5DMI>

## [PORTALES WEBS / ESTATALES-GUBERNAMENTALES]

1. Andújar, C. Díaz, O., González, R., Rodríguez, J.A., Santos, C., Salcedo, C. y Valdez A, H. (2014). Cultura y BCRD dan a conocer Primera Encuesta Nacional de Consumo Cultural en RD. Recuperado de <https://www.bancentral.gov.do/otrasnoticias/2015/09/01/710/cultura-y-bcrd-dan-a-conocer-primer-encuesta-nacional-de-consumo-cultural-en-rd>
2. Banco Central de la República Dominicana. (2014). 1ra. Encuesta de Cultura Económica y Financiera de la República Dominicana. Recuperado de: [http://www.bancentral.gov.do/publicacioneseconomicas/informe\\_turistico/informe\\_turistico2012-02.pdf](http://www.bancentral.gov.do/publicacioneseconomicas/informe_turistico/informe_turistico2012-02.pdf),
3. Banco Central de la República Dominicana & Ministerio de Cultura de la Rep. Dom. (2016). Primer Informe de Resultados de la Cuenta Satélite de Cultura de la República Dominicana. Recuperado de [https://www.bancentral.gov.do/noticias/otrasnoticias/archivos/bc2016-05-05\\_InformeCSCRD.pdf](https://www.bancentral.gov.do/noticias/otrasnoticias/archivos/bc2016-05-05_InformeCSCRD.pdf)
4. Banco Central de la República Dominicana. (15 marzo, 2018). Informe de la Economía Dominicana, Enero-Marzo 2017. Recuperado de [https://www.bancentral.gov.do/publicaciones\\_economicas/infeco/infeco2017-03.pdf](https://www.bancentral.gov.do/publicaciones_economicas/infeco/infeco2017-03.pdf)
5. Banco Central de la República Dominicana. (junio 2017). Se dispara un 4.1% llegada de turistas a República Dominicana en febrero. Recuperado de <http://www.arecoa.com/destinos/2018/03/15/se-dispara-4-1-llegada-turistas-republica-dominicana-febrero/>

- 
6. Banco Mundial, (17 de abril de 2017). América Latina y el Caribe: panorama general, Recuperado de <http://www.bancomundial.org/es/region/lac/overview>
  7. Banco Mundial, (9 de enero de 2018). Perspectivas económicas mundiales: América Latina y el Caribe Recuperado de: <http://www.bancomundial.org/es/region/lac/brief/global-economic-prospects-latin-america-and-the-caribbean>
  8. Boletín de Noticias, Ministerio de la Presidencia (2017), Discurso del Presidente Lic. Danilo Medina. Recuperado de <https://minpre.gob.do/?s=discursos+del+presidente>,
  9. Collado, D. (Oct2017). Plan de Ordenamiento Territorial de Santo Domingo (POT-C/2030). Recuperado de <http://adn.gob.do/pot/>
  10. Directorio - Dominicana Solidaria (2017). Proyectos, Eventos, Premios y Ofertas de empleo publicadas por Organizaciones sin fines de lucro, Empresas e Instituciones en República Dominicana. Recuperado de <https://www.dominicanasolidaria.org/directorio/>
  11. Dirección General de Cine, Noticia. (2018). Yvette Marichal: Sin beneficios fiscales no existiría la industria de cine en República Dominicana. Ministerio de Cultura. (MICUL) RD. Recuperado de <http://dgcine.gob.do/web/2018/02/yvette-marichal-sin-beneficios-fiscales-no-existiria-la-industria-cine-republica-dominicana/>
  12. Instituto de Estadística, Comunidad de Madrid (2018). La industria del ocio y la cultura en la Comunidad de Madrid. Recuperado de: <http://www.madrid.org/iestadis/fijas/efemerides/ociocm.htm>
  13. Lista de la Junta de Vecinos de la Circunscripción No. 1, D.N. [http://www.adn.gob.do/joomlatools-files/docman-files/Juntas\\_de\\_vecinos\\_Circ1.pdf](http://www.adn.gob.do/joomlatools-files/docman-files/Juntas_de_vecinos_Circ1.pdf)
  14. Medina, D. (27 de febrero de 2017). Discurso de toma de posesión del Excelentísimo Señor Presidente de la República Dominicana, Lic. Danilo Medina Sánchez. Recuperado de <https://presidencia.gob.do/discurso/discurso-de-toma-de-posesion-del-presidente-danilo-medina>
  15. Medina, D. (2016). Discurso del presidente Danilo Medina ante la 71 Asamblea General de la ONU. 71 Asamblea General de la ONU. Nueva York: Presidencia de la Republica Dominicana. Recuperado de <http://eldia.com.do/discurso-del-presidente-danilo-medina-ante-la-71-asamblea-general-de-la-onu/>
  16. Ministerio Economía y Desarrollo, (Clasificación de las Asociaciones sin Fines de Lucro y Programas de Beneficio Público o de Servicio a Terceras Personas (Anexo A) Recuperado de <http://economia.gob.do/wp-content/uploads/drive/Publicaciones/Anexo%20A-Clasificacion.pdf>
  17. Observatorio Turístico de la Ciudad Colonial (OTCC-SD) (2017) Datos Recientes. Boletín No. 01 enero 2016, Ministerio de Turismo (MITUR-RD). Programa de Fomento de Turismo para la Ciudad de Santo Domingo, RD.
  18. Oficina Nacional de Estadistas (ONE). (2010). IX Censo Nacional de Población y Vivienda de RD. Recuperado de: <http://www.one.gob.do/geoestadistica/index.php>
  19. Plan de Ordenamiento Territorial del Distrito Nacional (octubre, 2017) Documento preliminar para socialización. DN-SD. Recuperado de [http://adn.gob.do/pot/1-PLAN-DE-ORDENAMIENTO-TERRITORIAL-\(POT\)/1.1-POT-Capital-Documento-Preliminar-Oct2017.pdf](http://adn.gob.do/pot/1-PLAN-DE-ORDENAMIENTO-TERRITORIAL-(POT)/1.1-POT-Capital-Documento-Preliminar-Oct2017.pdf)

#### [PORTALES WEBS, INFORMES DE ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES]

1. Arte y Mecenazgo (2 de octubre de 2014). El mecenazgo artístico como placer. Mesa redonda, Caixa Forum Madrid. Recuperado de <http://fundacionarteymecenazgo.org/programas/circulo-arte-y-mecenazgo/otros-encuentros-y-sesiones/mesa-redonda-el-mecenazgo-artistico-como-placer/>
2. Baden Powell, R. (1908). Escultismo para Muchachos, Aero Naval Scout, Recuperado de <http://www.scoutsaeronaes.org/ASAScoutismoparaMuchachos.pdf>
3. Asociación de Hoteles de Santo Domingo. (2017) ¿Qué pasa en Santo Domingo? Recuperado de <http://www.cometosantodomingo.com/es/>
4. Banco Mediolanum (24 de marzo de 2017). Tres diferencias entre una ONG y una fundación. Recuperado de: <https://mediolanumaproxima.org/tres-diferencias-entre-una-ong-y-una-fundacion.html#comment-1158>
5. Baselga, B., Benzo S, F., del Castillo N., de Miguel, N., Martínez de la Pera, E., Luengo, M., Rosell, I.,

- 
6. Solana G. y Vázquez-Shelly. (2014). La empresa privada como mecenas del siglo XXI. El Cultural. Recuperado de <http://www.elcultural.com/revista/arte/La-empresa-privada-como-mecenas-del-siglo-XXI/35616>
  7. Bastardo, T. (15 de octubre de 2015) Mejores bares de la Zona Colonial. Recuperado de <http://digo.do/ los-mejores-bares-de-la-zona-colonial/> y [Top 17 mejores bares de la Zona Colonial de Sto. Dgo.- Digo.do](http://digo.do/ Top-17-mejores-bares-de-la-zona-colonial-de-Sto.-Dgo.-Digo.do)
  8. Bernal Andrea (2016). EN VIVO: Foro Económico Mundial sobre América Latina 2016. Foro Economía Mundial, Ginebra, Suiza. Recuperado de [www.weforum.org/es/agenda/2016/06/en-vivo-foro-economico-mundial-sobre-america-latina-2016/](http://www.weforum.org/es/agenda/2016/06/en-vivo-foro-economico-mundial-sobre-america-latina-2016/)
  9. Blanco, J. J. (2000). Cultura y Estado. Estado de la cultura. ¿Mecenas o patrones de la cultura? Recuperado de <https://www.nexos.com.mx/?p=9780>.
  10. Booking. (2017) Hoteles dentro de la Zona Colonial Santo Domingo, República Dominicana. Recuperado de [https://www.booking.com/searchresults.es.html?aid=318615;label=New\\_Spanish\\_ES\\_DO\\_27027017425-iB\\_9qgN59iP0wN7CgjiNHQS102063631705%3Ap1%3Ap2%3Aa](https://www.booking.com/searchresults.es.html?aid=318615;label=New_Spanish_ES_DO_27027017425-iB_9qgN59iP0wN7CgjiNHQS102063631705%3Ap1%3Ap2%3Aa)
  11. Clúster Turístico de Santo Domingo (2018), Misión, Visión Propósitos y Composición. Recuperado de <http://clusterturisticodesantodomingo.org.do/consejo-directivo/>
  12. Comunidad RSE. (2de septiembre de 2015). Personaje Inspiradores, Howard Bowen, el padre de la RSE. Recuperado de <http://comunidadrse.com.ar/howard-bowen-el-padre-de-la-rse/>
  13. Cavanna, J.M. (2015). La nueva industria de la felicidad. Compromiso Empresarial, (sec.Transparencia). Recuperado de <https://www.compromisoempresarial.com/transparencia/2013/10/la-nueva-industria-de-la-felicidad/>
  14. Clifton, J. (19 de marzo de 2015). Mood of the World Upbeat on International Happiness Day, (Estado de Ánimo del Mundo optimista en el Día Internacional de la Felicidad). (GWP, Editor) Recuperado de [http://news.gallup.com/poll/182009/mood-world-upbeat-international-happiness-day.aspx?utm\\_source=World&utm\\_medium=newsfeed&utm\\_campaign=tiles](http://news.gallup.com/poll/182009/mood-world-upbeat-international-happiness-day.aspx?utm_source=World&utm_medium=newsfeed&utm_campaign=tiles)
  15. Consejo Empresarial de América Latina, (CEAL). (28 de enero de 2016). Algunas Conclusiones Foro Económico Mundial Davos 2016. Recuperado de <http://ceal.co/algunas-conclusiones-foro-economico-mundial-davos-2016/>
  16. Conci, P. (19 de abril de 2017) ¿Por qué los latinoamericanos son más felices de lo que sugiere su PIB? Temas sociales. Recuperado de <https://blogs.iadb.org/ideasquecuentan/2017/04/19/por-que-los-latinoamericanos-son-mas-felices-de-lo-que-sugiere-su-pib/>
  17. Confesor, C. (26 de noviembre de 2015). Cinco Museos más visitados en la Zona Colonial. Recuperado de <https://www.metrorrdo.do/do/cultura/2015/11/26/5-museos-que-debes-visitar-zona-colonial.html>
  18. Cove, S. (2007). *What does Crowdsourcing Really Mean?* (Entrevista a Douglas Rushkoff). Recuperado de <https://www.wired.com/2007/07/crowdsourcing-2/>
  19. Country Brand Index Latino América, CBI. (2013). Future Brand. Recuperado en [http://www.futurebrand.com/images/uploads/studies/cbi/CBI\\_Latinoamerica\\_2013.pdf](http://www.futurebrand.com/images/uploads/studies/cbi/CBI_Latinoamerica_2013.pdf)
  20. Corral Jurado, J. (2013). El papel del Estado en la Cultura, Recuperado de <http://www.javiercorral.org/?p=16511>
  21. Dominicana on line, RD (2016). Lugares de interés de la Ciudad Colonial de Santo Domingo. Primera Capital de América. FUNGLODE. Recuperado de [http://www.dominicanaonline.org/Portal/espanol/cpo\\_patrimoniocult.asp](http://www.dominicanaonline.org/Portal/espanol/cpo_patrimoniocult.asp)
  22. Facebook. (2017) Bares de tapas y restaurantes en Santo Domingo. Recuperado de <https://www.facebook.com/search/110423385653396/placesin/119869574758000/places/intersect/>
  23. Fernández, A. (11 de febrero de 2013). Crowdsourcing, metodología de presente y futuro. Curiosidades Web. Recuperado de <http://www.analyticaweb.com/curiosidades-web/crowdsourcing-metodologia-de-presente-y-futuro>
  24. Foursquare. (2017) Lo mejor de la Zona Colonial Santo Domingo, República Dominicana. Recuperado de <https://es.foursquare.com/explore?cat=topPicks&mode=url&near=Zona%20Colonial%20Santo%20Domingo%20Rep%C3%BAblica%20Dominicana&nearGeoid=10003826>
  25. Fundación Arte y Mecenazgo, (2 de octubre de 2014). El mecenazgo artístico como placer. Resumen mesa redonda, Caixa Forum, Madrid. Recuperado de: [http://fundacionarteymecenazgo.org/wp-content/uploads/2014/10/El-mecenazgo-art--stico-como-placer\\_resumen.pdf](http://fundacionarteymecenazgo.org/wp-content/uploads/2014/10/El-mecenazgo-art--stico-como-placer_resumen.pdf)
  26. Fundación Neuronilla para la Creatividad y la Innovación (7 de julio de 2009). Felicidad y Creatividad. Mihaly Csikszentmihalyi. Recuperado de: <https://www.neuronilla.com/felicidad-y-creatividad-mihaly-csikszentmihalyi/>
-

- 
27. Geno 2.0. (November de 2015). *Changing Planet*. Genographic Sets Sail to the Dominican Republic, National Geographic. Recuperado de <https://blog.nationalgeographic.org/2015/11/06/genographic-sets-sail-to-the-dominican-republic/>
  28. Grijalba, E. (3de febrero de 2016.)16 lecciones del Foro de Davos, Manpower Grop. Recuperado de <http://www.manpowergroup.es/raul-grijalba-16-lecciones-del-foro-de-davos>
  29. Informe GEO Santo Domingo (marzo, 2007). Consejo Nacional de Asuntos Urbanos CONAU; Universidad Autónoma de Santo Domingo UASD y Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. Recuperado de <http://www.pnuma.org/deat1/pdf/2007GEOsantoDomingo.pdf>
  30. Lista 20 Minutos. (20017). Top 10. Lugares Históricos para visitar en La Zona Colonial de Santo Domingo. Recuperado de <https://listas.20minutos.es/lista/top-10-lugares-historicos-para-visitar-en-la-zona-colonial-de-santo-domingo-368600/>
  31. Martínez de Morentin. J.I. (2003) ¿Qué son los institutos y los animadores? Responde la UNESCO. Editorial: Centro UNESCO de San Sebastián. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001390/139072s.pdf>
  32. Medina D. y Betances D. (08 de septiembre de 2015). Responsabilidad social de las organizaciones no gubernamentales, Observatorio Político Dominicano. (OPD). Recuperado de: <http://www.opd.org.do/index.php/analisis-sociedad-civil/2033-responsabilidad-social-de-las-organizaciones-no-gubernamentales>
  33. Mejía, F. y Soto W. (11 de mayo de 2017). La lista de millonarios de República Dominicana. Conoce a los hombres más ricos de República Dominicana. Forbes Staff / México. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/la-lista-millonarios-republica-dominicana/>
  34. Mendía, R. (s/f) Una nueva dimensión educativa del ocio de los escolares. Recuperado de <https://www.rafaelmendia.com/mendia/Hemeroteca.html> y <https://www.rafaelmendia.com/mendia/Hemerotecafilas/CP780702.PDF>
  35. Morillo, A. (2017). El Índice de Pobreza Multidimensional para América Latina (IPM-LA). Una aplicación para República Dominicana 2005-2016. (Informe Preliminar). MEPyD, ministro Isidoro, director Alexis Cruz Santana, 2Unidad Asesora de AEyS. Recuperado de <http://economia.gob.do/wpcontent/uploads/drive/UAAES/Estimaciones%20de%20Pobreza/Informe%20Preliminar%20indice%20pobreza%20multidimensional%20para%20America%20Latina.pdf>
  36. New Economics Foundation (2012). *Happy Planet Index* (Índice del planeta feliz). Recuperado de: <http://www.happyplanetindex.org/data/>
  37. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI). (2013). Encuesta Latinoamericana de Prácticas Culturales 2013. Recuperado de [http://www.oei.es/historico/publicaciones/detalle\\_publicacion.php?id=147](http://www.oei.es/historico/publicaciones/detalle_publicacion.php?id=147)
  38. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2005). *Hacia las sociedades del conocimiento*. Paris: Organización de las Naciones Unidas, ONU. Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001419/141908s.pdf>
  39. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2013a). Informe sobre la Economía Creativas. Ampliar los cauces. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (PNUD), Edición Especial. Recuperado de: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>
  40. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2013b). Las industrias creativas impulsan las economías y el desarrollo, según un informe de la ONU. Servicio de Prensa UNESCO. Recuperado de: <http://www.unesco.org/new/es/media-services/in-focus-articles/creative-industries-boost-economies-and-development-shows-un-report/>
  41. Organización de las Naciones Unidas. (20 de marzo de 2017). La ONU celebra el Día Internacional de la Felicidad. Objetivos de Desarrollo Sostenible. 7 objetivos para transformar nuestro mundo. Recuperado de:
  42. <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2017/03/la-onu-celebra-el-dia-internacional-de-la-felicidad/>
  43. Oficina de la Unesco en Santiago. (sin fecha) Industrias creativas. Oficina Regional de Educación de la UNESCO para América Latina y el Caribe. Recuperado de: <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/>
  44. Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos (ACNUDH) (2016). ¿Qué son los derechos humanos?, organización de las Naciones Unidas (ONU). Recuperado de <http://www.ohchr.org/SP/Issues/Pages/WhatareHumanRights.aspx>
-

- 
45. Papa Francisco (2018). El mensaje que enviara al Foro Económico Mundial Davos 2018. WEF. Recuperado de <https://www.weforum.org/es/agenda/2018/01/el-mensaje-del-papa-francisco-a-davos18/>
  46. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, RD. (PNUD- RD). (2017). República Dominicana en breve. Recuperado de: [http://www.do.undp.org/content/dominican\\_republic/es/home/countryinfo.html](http://www.do.undp.org/content/dominican_republic/es/home/countryinfo.html)
  47. Roca, V. & Pérez A, I. (2010). Apuntes para la Gestión del Turismo Cultural en la Ciudad Colonial de Santo Domingo. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, AECID. Santo Domingo, RD.
  48. Slim, Carlos. (26 de noviembre de 2014). Trabajar menos, trabajar mejor. América Economía: México Recuperado de <https://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/trabajar-menos-trabajar-mejor>
  49. Tripadvisor. (2017) Hoteles dentro de la Zona Colonial Santo Domingo, República Dominicana. Recuperado de [https://www.tripadvisor.es/HotelsNear-g147289-d4699562-Zona\\_ColonialSanto\\_Domingo\\_Santo\\_Domingo\\_Province\\_Dominican\\_Republic.html](https://www.tripadvisor.es/HotelsNear-g147289-d4699562-Zona_ColonialSanto_Domingo_Santo_Domingo_Province_Dominican_Republic.html)
  50. Tripadvisor. (2017) Restaurantes cerca de Zona Colonial Santo Domingo, República Dominicana. Recuperado de [https://www.tripadvisor.es/RestaurantsNear-g147289-d4699562-Zona\\_ColonialSanto\\_Domingo\\_Santo\\_Domingo\\_Province\\_Dominican\\_Republic.html](https://www.tripadvisor.es/RestaurantsNear-g147289-d4699562-Zona_ColonialSanto_Domingo_Santo_Domingo_Province_Dominican_Republic.html)
  51. Unión de Junta de Vecinos de la Zona Colonial de Santo Domingo (2012-2218). Recuperado de <https://www.facebook.com/Union-De-Juntas-De-Vecinos-De-Ciudad-Colonial-1382486998653076/>
  52. World Economic Forum, WEF. (2014). Informe Competitividad Global, (2012-2013). Foro Economía Mundial, Ginebra, Suiza. Recuperado de <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2014-2015/rankings/>
  53. World Economic Forum, WEF. (2016). Recapitulación de Davos 2016. Recuperado de <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/a-recap-of-davos-2016>
  54. Word Leisure and Recreation WLRA. (1994). International Charter for Leisure Ecuaction. World Leisure Organization and Recreation assosiation. European Leisure and Recreation Asosiation. Recuperado en <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10261133.1994.9673916>
  55. Valdez, I. (2017) ¿Qué haremos con el tiempo libre que nos dejarán los robots?, WE, Recuperado de <https://www.weforum.org/es/agenda/2017/09/que-haremos-con-el-tiempo-libre-que-nos-dejaran-los-robots>
  56. Villalona, M. (2017). Informe del Observatorio Turístico de la Ciudad Colonial (IOT-CC), Programa Fomento al Turismo a la Ciudad Colonial (PFTCC-SD) MITUR
  57. Weissenstein, M. (19 de diciembre de 2012). En América Latina se encuentran los 10 países más felices. México, AP. Recuperado de <http://hoy.com.do/en-america-latina-se-encuentranlos-10-paises-mas-felices/>
  58. Zuazo, A. (03 de marzo de 2017). La ilustración recorrió luces de la razón. El Diario Cultural, Recuperado de [http://www.eldiario.net/noticias/2017/2017\\_03/nt170303\\_cultural.php?n=23&-la-ilustracion-descorrio-luces-de-la-razon](http://www.eldiario.net/noticias/2017/2017_03/nt170303_cultural.php?n=23&-la-ilustracion-descorrio-luces-de-la-razon)



**ANEXOS:**



MINISTERIO DE TURISMO



MINISTERIO DE CULTURA



Oficina Nacional de Estadística



ARQUIDIOCESIS DE SANTO DOMINGO



AYUNTAMIENTO DEL DISTRITO NACIONAL



INSTITUCIONES DOMINICANAS DE ESTUDIOS SUPERIORES



UNIÓN DE JUNTA DE VECINOS DE LA CIUDAD COLONIAL



ANEXO I: OBSERVACIONES AL PROYECTO DE LEY DE PATROCINIO CULTURAL

ANEXO II: DECÁLOGO DEL OCIO

ANEXO III: ANÁLISIS EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA CIUDAD COLONIAL

ANEXO IV: DESCRIPCIÓN GENERAL DE LOS TEMAS TRATADOS EN LA MESA PARA LA DISCUSIÓN DEL OCIO EN LA SOCIEDAD DOMINICANA

ANEXO V: MODELO DE ENCUESTA Y ENTREVISTA

## ANEXO I:

## OBSERVACIONES AL PROYECTO DE LEY DE PATROCINIO CULTURAL



Para comprender lo que ha ocurrido con este importante proyecto de desarrollo cultural, tuve que estudiar y participar en varios foros organizados por la comunidad en donde se discutía la propuesta de ley. Después de haber leído las sustentaciones del Proyecto de Ley de Mecenazgo<sup>120</sup> y analizando su contenido, hicimos doce (12) puntualizaciones en ocho (8) de los cuarenta y siete (47) artículos contenidos en IX capítulos que componen el cuerpo informativo del proyecto de ley. Propusimos un cambio al título del proyecto, para que sea sustituida la identificación “Ley de Mecenazgo” por “Patrocinio Cultural”. Dado que este último es un concepto más integrador y representativo, que incluye a otros como la caridad, la filantropía, el mecenazgo, la responsabilidad social corporativa, el marketing social y otras formas contemporáneas de patrocinio, como micro-mecenazgo, patrocinio colaborativo, endoso o *endorsement*, *crowdfunding*, *crowdsourcing* entre otros. El título que propusimos fue el siguiente: PROYECTO DE LEY MEDIANTE EL CUAL SE ESTABLECE EL RÉGIMEN DE INCENTIVO Y FOMENTO DEL PATROCINIO CULTURAL EN LA REPÚBLICA DOMINICANA. (LEY DE FILANTROPIA Y MECENAZGO). El conjunto de nuestra propuesta lo hicimos llegar al Senado de la República, a través de la Asociación de Rectores de Universidades (ADRU).

<sup>120</sup> ACLARACION: Nombre como popularmente como se le conoce a este proyecto de ley que fue sometido por primera vez el 9 de julio de 2012 por el entonces diputado-artista Manuel Jiménez. Fue reintroducido el 14 de marzo del 2018, por el diputado Franklin Martín Romero Morillo. En este último sometimiento fue aprobado el Proyecto de Ley en la Cámara de Diputados. Ahora falta que sea aprobada en el Senado de la República.

NOTA: Al cierre de esta tesis y presentada su defensa para el 2019, aún no se ha aprobado este importante proyecto para el desarrollo cultural de República Dominicana.

Este dispositivo legal indicará todo lo concerniente a contemplar a una Dirección General de Mecenazgo como organismo técnico que se encargará de coordinar, supervisar y evaluar los proyectos que serán financiados con el Fondo Solidario de Apoyo a la Cultura, su órgano rector será el Consejo Nacional de Mecenazgo (CONME) que tendrá por misión establecer las políticas públicas para el incentivo del patrocinio cultural entre otras atribuciones, cuyos miembros tendrán funciones honoríficas, salvo el personal de apoyo administrativo. Ver la siguiente Infografía titulada Organización Ejecutiva de la Dirección General del Patrocinio Cultura.

• ORGANIZACIÓN EJECUTIVA DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE PATROCINIO CULTURAL



INFOGRAFÍA NO. 1.3. PROPUESTA DE LA ESTRUCTURA DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE MECENAZGO CULTURAL”, en el segundo recuadro de este informe analítico se muestran en la próxima página los emblemas de instituciones que están involucrada. Es notable la representación del Estado en el organigrama. Lo marcado con asteriscos son miembros que estuvieron en un anterior proyecto de ley; ahora no aparecen en la última versión que está depositada en la Cámara de Diputados de la República Dominicana. La ausencia de una mayor representación de las ONG y de las IES ha provocado disgusto por los sectores que no se ven reflejados. Este es uno de los impases para que esta ley no haya sido aprobada aún, algunos promotores culturales no conocen el proyecto de ley en sus articulados. En la próxima página, se presenta las definiciones de los organismos que constituirán esta unidad operativa de la cultura de país.

**ANEXO II:****DECÁLOGO DEL OCIO**

**#1. EL OCIO ES UN DERECHO HUMANO BÁSICO.** Al igual que la educación, el trabajo y la salud, el ocio es un derecho reconocido y, por tanto, nadie debería ser privado del mismo por razones de género, orientación sexual, edad, raza, religión, creencia, discapacidad, condición económica o cualquier otra índole o condición.

**#2. EL OCIO CONTRIBUYE AL EJERCICIO DE UNA CIUDADANÍA DEMOCRÁTICA.** La contribución del ocio a este ejercicio se debe, entre otras razones, a que fortalece la integración comunitaria, favorece el entendimiento, la interrelación y la identidad cultural, es fuente de conocimiento, promueve el aprendizaje a lo largo de la vida, desarrolla una comunidad inclusiva y preserva los recursos naturales y culturales.

**#3. EL OCIO ES UN ÁREA DE EXPERIENCIA, UN RECURSO DE DESARROLLO Y UNA FUENTE DE SALUD.** El ocio, en sus diferentes opciones (ocio activo, sustancial, ocio creativo y ocio solidario), es un recurso importante para el desarrollo personal, social y económico y un indicador de la calidad de vida. Además, el ocio es también una industria cultural que crea empleo, bienes y servicios. Por ello, es preciso hacer del mismo una experiencia humana valiosa.

**#4. TODA EXPERIENCIA DE OCIO TIENE COMO MARCO DE REFERENCIA A LA PROPIA PERSONA Y PRESENTA UN PREDOMINIO EMOCIONAL.** Sin negar su carácter social, para entender el significado de la experiencia de ocio es esencial partir de la persona que la experimenta y considerar que, al encuadrarse en el mundo de las emociones, es muy importante cultivarla desde el afecto.

**#5. EL OCIO HA DE ESTAR INTEGRADO EN LA ESCALA DE VALORES Y EN LOS MODOS DE VIVIR DE LAS PERSONAS.** El ocio es uno de los espacios más idóneos para el desarrollo y la vivencia de valores. Se trata de un valor en sí mismo, pero de un valor subordinado a otros más amplios como la felicidad o la autorrealización personal. El valor central en la vivencia de un ocio experiencial y humanista es la dignidad de la persona; de él se desprenden los demás valores.

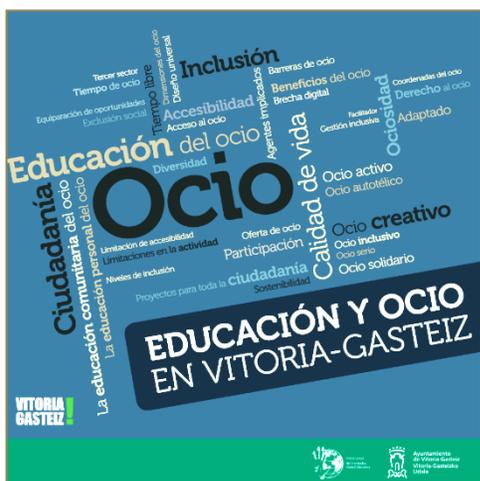
**#6. LA EDUCACIÓN DEL OCIO ES UNA DE LAS HERRAMIENTAS MÁS VALIOSAS PARA FAVORECER EL DESARROLLO INTEGRAL DE LA PERSONA Y DE LA COMUNIDAD.** La Educación del Ocio, desde una posición humanista, constituye un proceso continuo de aprendizaje que conlleva el desarrollo de actitudes, valores, conocimientos, habilidades y recursos. Un proceso que, al facilitar la autorrealización, capacita a la persona para mejorar su calidad de vida y, en consecuencia, contribuye de un modo significativo al envejecimiento activo y al fomento de redes de solidaridad entre diferentes generaciones, uno de los pilares de la cohesión social. Contempla tres áreas: la educación personal del ocio, la educación comunitaria del ocio y la formación de profesionales del ocio.

**#7. LA EDUCACIÓN DEL OCIO ESTÁ PROFUNDAMENTE LIGADA CON EL PENSAMIENTO DE CIUDADES EDUCADORAS.** En ambos casos se pretende favorecer la formación integral de la ciudadanía. Por ello, cualquier propuesta política, cultural, recreativa, formativa o social que se oriente, por ejemplo, hacia la inclusión y la participación ciudadana, la juventud, la corresponsabilidad..., no puede ignorar las prácticas y hábitos de ocio imperantes en el momento, ni tampoco sus demandas y deseos.

**#8. LA EXPERIENCIA DE OCIO, COMO NÚCLEO DE UN PROCESO FORMATIVO, SE BASA EN LA PARTICIPACIÓN.** Desde esta perspectiva, los objetivos de tipo actitudinal, cognitivo y procedimental deben aparecer en los programas de intervención; programas que tienen que referirse tanto a cada persona como al grupo implicado en los mismos. Metodológicamente conlleva propiciar las experiencias positivas significativas que permitan obtener las máximas posibilidades y beneficios.

**#9. LAS INTERVENCIONES EN OCIO SERÁN SOSTENIBLES SI DESARROLLAN MECANISMOS DE COHESIÓN SOCIAL QUE CONTEMPLAN LA INCLUSIÓN DE LAS PERSONAS Y GRUPOS EN SITUACIÓN DE MAYOR VULNERABILIDAD.** La sostenibilidad es una realidad que presenta varias dimensiones interrelacionadas (social, medioambiental y económica). En consecuencia, una ciudad será sostenible en tanto en cuanto demuestre aceptar activamente los retos de la inclusión social. Responder a la diversidad de la ciudadanía en el marco de una sociedad inclusiva es el escenario que garantiza los derechos para todas las personas. Ello implica aumentar la participación, responder a las necesidades individuales y reconocer el derecho a compartir un entorno en el que todas las personas son valoradas por igual, a pesar de las diferencias.

**#10. LAS INTERVENCIONES EN OCIO SON FACILITADORAS DEL DERECHO QUE ASISTE A CUALQUIER PERSONA A COMPATIBILIZAR LAS DIFERENTES DIMENSIONES QUE ESTRUCTURAN SU VIDA.** El ocio proporciona a la persona recursos para atender de forma equilibrada a cada una de las facetas que la estructuran, a la vez que tiene un papel muy activo en las tareas de tomar conciencia y valorar los patrones de conciliación familiar, laboral y personal.



DECÁLOGO DEL OCIO pp.121, 122 y 123

Tomado de Educación y Ocio en Vitoria-Gasteiz.

Instituto de Estudios de Ocio Universidad de Deusto.

Manuel Cuenca Cabeza, Fernando Bayón Martín y Aurora

Madariaga Ortuza.

**ANEXOS III:****ACTIVIDAD TURISTICA EN LA CIUDAD COLONIAL DE SANTO DOMINGO****Resumen Ejecutivo**

La Ciudad Colonial, renovada expresión del turismo cultural en el país ha atraído durante el primer semestre 2017 en torno a 382,000 visitantes extranjeros, un 12% más que el mismo periodo del año anterior, reflejando por cuarto año consecutivo una estable afluencia de turistas. Así se extrae del Sistema de Capacidad de Carga (SCC), un sistema de medición abierto de la demanda turística diseñado e implementado en la Ciudad Colonial por el Programa de Fomento al Turismo y gestionado por el Observatorio Turístico para monitorear el volumen de visitas a los distintos recursos históricos y espacios públicos de la zona intramuros, con el fin de promover la gestión eficiente y sostenible de la actividad turística, garantizar la vida residencial y preservar el patrimonio.

El promedio diario durante el periodo enero – junio 2017 fue de 2,114 visitantes extranjeros, de los cuales un 37% pernoctó en la Ciudad Colonial, para un total de 787 pernoctaciones diarias de visitantes extranjeros, mientras el restante 67% fueron excursionistas, para un total de 1,326 excursionistas extranjeros diarios. Para igual periodo, la tasa de ocupación en los alojamientos turísticos de la Ciudad Colonial se situó en 65%, registrando un incremento de 4 puntos porcentuales en comparación con el primer semestre del año anterior.

Por otro lado, en las labores de monitoreo del Observatorio y haciendo uso de los sistemas diseñados ad-hoc no se detectan problemas de capacidad de carga asociados a la visita a los monumentos más emblemáticos de Ciudad Colonial: Alcázar de Colón, Casas Reales, Catedral y Fortaleza Ozama, ni en los espacios públicos. Es destacable que la Catedral se erige como el monumento con mayor número de visitas, registrando un promedio de 691 visitas diarias, un 23% más que el mismo periodo del año anterior, seguido por el Alcázar con un promedio de 620 visitas diarias.

Es notable la dinamización que manifiesta el Puerto de Santo Domingo, con un aumento en la llegada de cruceristas de 80% en comparación con el primer semestre del año anterior. No obstante, tras un estudio de las cifras a nivel país, la participación de este puerto solo representa el 15% sobre el total de llegadas de cruceristas a República Dominicana. Esto amerita especial atención dado que este puerto está enclavado en uno de los atractivos históricos más importantes de la región, la Ciudad Primada de América, Ciudad Colonial de Santo Domingo, declarada patrimonio histórico de la humanidad por la UNESCO. Este recurso tiene potencial suficiente para incrementar el volumen de cruceristas a este puerto, y siendo República Dominicana el país #1 en llegadas de visitantes por vía aérea actualmente solo recibe el 2.5 % de los cruceristas de la Región del Caribe.

Las acciones ejecutadas desde el Programa de Fomento al Turismo de la Ciudad Colonial, del Ministerio de Turismo, persiguen posicionar la Ciudad Colonial como referente de Turismo Cultural en la Región, lo que en un mediano a largo plazo incrementaría el flujo de visitantes al país atraído por este enclave turístico al tiempo que se lograría una diversificación de la actual oferta de sol y playa por la que se caracteriza el país. La evolución de la actividad turística en la Ciudad Colonial se prevé continúe la tendencia positiva de los últimos cuatro años, lo que permitiría un alcance total de los objetivos del Programa.

**LA CIUDAD COLONIAL DE SANTO DOMINGO**

La Ciudad Colonial, durante los últimos 5 años, ha estado inmersa en un proceso de rehabilitación integral para poner en valor la oferta cultural e histórica del país. Para ello, el Ministerio de Turismo auspiciado por el Banco Interamericano de Desarrollo pone en marcha el Programa Fomento al Turismo de Ciudad Colonial.

El programa no solo contempla el remozamiento de las infraestructuras de la Ciudad Colonial, sino que también tiene un importante componente de inserción social por un lado, puesto que la ciudad debe ser primero para el residente y luego para el turista, y por otro, una postura activa en el fortalecimiento de la Gestión Turística, mediante la creación de los

proyectos pilotos de Calidad Turística, cuyo objetivo es promover la excelencia de los servicios en nuestro destino; y el Observatorio Turístico, generador de inteligencia de mercado o Inteligencia Turística con la finalidad de facilitar datos contrastados y estructurados para ser utilizados en la toma de decisiones, tanto por el sector público como por el sector privado. En definitiva, el programa realiza un enfoque integral en la gestión inteligente del destino para hacer del turismo un vehículo de desarrollo sostenible en la Ciudad Colonial.

#### 4.1 SÍNTESIS DEL SISTEMA DE CAPACIDAD DE CARGA

En este apartado se analizan los valores de demanda turística observados en la Ciudad Colonial durante el periodo enero-junio 2017, correspondiente al primer semestre. Para ello, el Observatorio Turístico cuenta con el Sistema de Capacidad de Carga, un sistema de medición abierto diseñado para Ciudad Colonial que monitorea la llegada de visitantes, así como el volumen de visitas a los recursos turísticos.

El sistema estima la demanda turística de Ciudad Colonial a partir de los datos procedentes del Banco Central, ONE, Registros de museos, Puntos de Información turística, Encuesta de Residentes y Encuesta en Destino. Posteriormente calcula los indicadores de capacidad de carga turística<sup>1</sup>: física, ambiental y social. Las cifras que se analizan son publicadas con la finalidad de promover la gestión eficiente y sostenible de la actividad turística en toda la cadena de valor del turismo. A continuación, una síntesis de los resultados.

##### 4.1.1 DEMANDA TURÍSTICA EN LA CIUDAD COLONIAL

En el primer semestre 2017, la Ciudad Colonial recibió 382,005 visitantes extranjeros, un 12% más que el mismo periodo del año anterior. El promedio diario durante el periodo enero – junio 2017. Capacidad de carga turística (Definición OMT): Número de visitantes y grado de desarrollo que es susceptible de alcanzarse, en un determinado lugar y en un mismo momento, sin que se produzcan situaciones perjudiciales para los recursos.

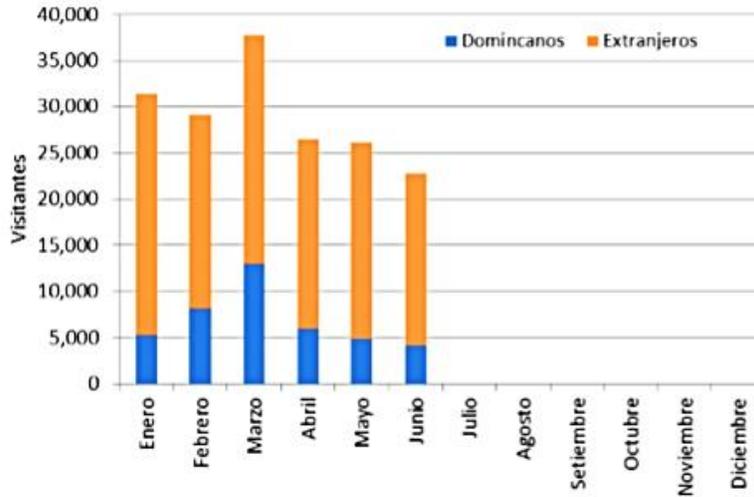
Análisis Evolución de la Actividad Turística Ciudad Colonial | Primer Semestre 2017 Programa de Fomento al Turismo Ciudad Colonial fue de 2,114 visitantes extranjeros, de los cuales un 37% pernoctó en la Ciudad Colonial, para un total de 787 pernoctaciones diarias de visitantes extranjeros, mientras el restante 67% fueron excursionistas, para un total de 1,326 excursionistas extranjeros diarios. Evolución de la demanda turística en Ciudad Colonial

La llegada de visitantes a la Ciudad Colonial se lleva monitoreando desde el 2014, año en que el Programa de Fomento al Turismo concibe la idea de medir el impacto de la actividad turística para poder gestionar eficientemente el entorno. En el siguiente cuadro se presentan las cifras de los principales indicadores de la demanda turística del primer semestre 2017 en comparación con el mismo periodo del año anterior.

INDICADORES ACTIVIDAD TURÍSTICA CIUDAD COLONIAL	Enero - Junio 2016	Enero - Junio 2017	% T. C.	
<b>Total Visitantes extranjeros en Ciudad Colonial primer semestre 2017</b>	342,238	382,005	12%	↑
<b>Visitas turísticas mensuales (promedio)</b>	57,040	63,667	12%	↑
<b>Visitas diarias</b> (número de extranjeros/ día)	1,894	2,114	12%	↑
<b>Excursionistas diarios</b> (visitantes extranjeros que no pernoctan en CC/ día)	1,189	1,326	12%	↑
<b>Turistas que pernoctan en Ciudad Colonial</b> (pernoctaciones extranjeros/día)	706	787	12%	↑
<b>(%) Ocupación de alojamientos turísticos</b>	61%	65%	7%	↑
<b>Total de Llegadas de Cruceristas</b> Puerto de Santo Domingo (terminal Sansouci y Don Diego)	52,594	94,871	80%	↑

Fuente: Datos extraídos del sistema de Capacidad de Carga

Visitas a Museos Ciudad Colonial 1er Semestre 2017



Fuente: Sistema de Capacidad de Carga.

Volumen de visitas a Atractivos Turísticos 1er semestre 2017



Fuente: Sistema de Capacidad de Carga.



Análisis Evolución de la Actividad Turística Ciudad Colonial Primer Semestre 2017, Programa de Fomento al Turismo Ciudad Colonial,

## ANEXOS IV:

**DESCRIPCIÓN GENERAL DE LOS TEMAS TRATADOS EN LA MESA  
PARA LA DISCUSIÓN DEL OCIO EN LA SOCIEDAD DOMINICANA**

**1.- Luis A. Rodríguez S., Historiografía del ocio y sus beneficios:** Fue una disertación para orientar sobre el origen del ocio, la cual se hizo a través de una línea de tiempo, que facilitó la presentación de sus avances desde sus orígenes en Grecia y Roma, pasando por el renacimiento, la edad moderna hasta nuestros días, donde se presentaron las principales personalidades que han escrito sobre el tema del ocio.

**2.- Rosmery Paulino, Ocio y educación desde dos realidades:** Bajo este título se planteó el “Ámbitos para la educación del ocio”. “El Modelos de formación para el ocio” y “Las Metaanálisis de buenas prácticas de ocio”. La organización que prevaleció en esta intervención fue estructurada por los siguientes subtemas: “El concepto de ocio en Europa y Norteamérica”. “El concepto de ocio en América Latina”. “Reto de las sociedades latinoamericanas para cambiar la concepción negativa del ocio”. “Visión positiva del ocio, funciones y beneficios”. “Educación del ocio”.

**3.- Leini Guerrero, La música y el ocio:** En esta intervención se enfocó, cómo la sociedad ha iniciado procesos de cambios de una cultura de guerra, a una cultura de paz, una y otra vez durante su historia, pero haciéndolo cada vez más con una conciencia colectiva fundamentada en el humanismo. De ahí que el desarrollo económico sostenible de hoy, no se va apoya en la construcción de las tecnologías bélicas, ni en la producción de alimentos transgénicos. Sino que la sociedad actual, va a demandar acciones inmediatas en la que las personas puedan obtener los beneficios de un espacio que les genere una plena satisfacción social, espiritual y terapéutico a través de la música. Este fue el tema que analizó en escenarios festivos y de encuentros luctuosos, para mostrar el papel que la música juega en esos espacios sociales. Saliendo a relucir que el ocio vinculado al arte música se hace cada vez más urgente y necesario en esta contemporaneidad.

**4.- Ceyda Luz Lora, Una aproximación a la educación del ocio:** Desde esta ponencia se enfocó la importancia del desarrollo de políticas públicas de la República Dominicana, relacionadas con la calidad de vida, la recreación y el juego. Así como también la ley 66'97 de Educación en lo que refiere a los aspectos ligados a la calidad de la educación, en el establecimiento de áreas de recreación y la coordinación de actividades escolares de recreación. Además, se planteó la dignificación y mejorar de vida del docente, al establecer un sistema de satisfactores sociales, como la recreación, en el entendido de que esta es una de las funciones del ocio. La autora se fundamentó en la existencia de un marco legal. Aun cuando no se reconocer como un derecho por muchos aquí en el país.

**5.- César Zapata. El ocio como poética:** Esta intervención fue un tanto breve, donde el docente apelo a sus conocimientos generales para decirnos con sus palabras: “la poética de Aristóteles y la práctica apreciada desde el punto de vista de la naturaleza y la estética. Retomándola “como un concepto de la “emulatio” al observar la naturaleza y retomar la expresión donde el poeta ve con

asombro allí donde los demás ven con costumbres, es una frase que digo yo es autotético”, El profesor exponente se fundamentó en los conceptos de Aristóteles y de Mijaíl Mijáilovich Bajtín y otros filósofos, científicos del siglo de la iluminación, para sostener que el ocio es productivo, es un generador de cambios, como cuando hablamos del ocio estético, que genera la posibilidad de elaborar un pensamiento paralelo, siempre que haya un tiempo libre. para conjugar el trabajo de la estética como concepto de poética en momento de ocio.

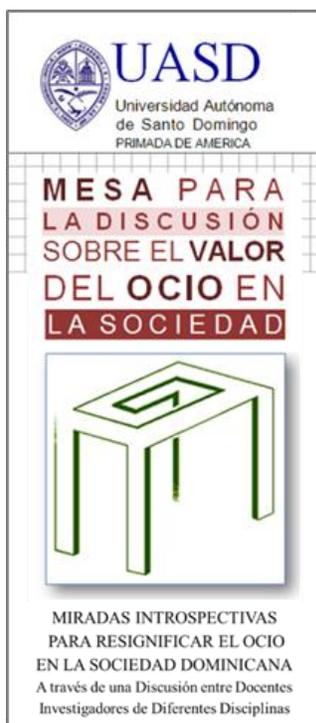
**6.- Albacelis Acosta. Arte, identidad y virtualidad:** Un tema muy actual donde se enfocó el predominio de la virtualidad en las formas de socialización de hoy día y la importancia del arte como medio de expresión contemporánea que deben ser introducido dentro de las propuestas educativas actuales, como formas de aprovechar el tiempo de ocio a través del desarrollo de la múltiples maneras de hacer arte a través de los espacios virtuales, de modo que eso posibilite el desarrollo de la identidad cultural de las sociedades. En esta ponencia se expusieron los propósitos generales de una investigación que está en marcha en la que se busca: Comprender la necesidad de crear espacios físicos y virtuales para la “educación en el ocio”, que no es lo mismo que “educación del ocio” de modo que, a través del arte, se promuevan los valores de la identidad cultural. Así como también se busca: Conceptualizar la psicología del ocio en la sociedad actual; Establecer vínculos entre los entornos virtuales y el ocio y Proponer el arte como medio para la educación en el ocio.

**7.- José Somavilla. Mi visión sobre el ocio:** Bajo este título se expuso un enfoque muy puntual, al definir el ocio como una catapulta para puntualizar que el tiempo es mejor utilizado en una actividad fuera del trabajo, (no de la vida común u ordinaria) para resolver problemas personales y familiares, sino para satisfacer nuestras necesidades emocionales, psíquicas, espirituales, o será para cumplir con las actividades que nos proporcionan felicidad, estímulo de vivir y constituyen una recarga emocional para iniciar de nuevo el trabajo ordinario cotidiano. Lo interesantes de su punto de vista como docente, es que lo hace desde lo lúdico-creativo en sus clases de arte y diseño, al utilizar acciones creativas para enseñar jugando.

**8.- Rosa M. Silverio. Reflexión del ocio en la comunicación institucional:** Bajo este título se tocó el manejo del ocio, como una oportunidad para que la organización se abra camino en el manejo corporativo, centrado en la adaptación de las normas básicas para ser aplicadas vía la comunicación. Empoderando al personal y a los funcionarios, sobre la importancia y uso de los símbolos institucionales en actos sociales, sin que se rompan con la institucionalidad, a fin de que los momentos de ocio no entren en conflictos con los tiempos de labor institucional. Pero, sobre todo, tomando en cuenta el ocio como un instrumento para aplicar en el campo estructural de la comunicación, por ejemplo: esos momentos de convivencia al trabajar para posicionar dentro de la comunidad de profesionales y técnicos por un manejo brillante, que solo se logra si se toman en cuenta en los tiempos de descanso, para practicar algún tipo de ocio, de manera que esta buena práctica no se quede fuera de la planeación de la comunicación institucional. El ocio no ha de queda como una actividad a improvisa y sin que sea pautaada por quien maneja la comunicación institucional.

**9.- Ana Bránagan. La representación social del ocio en la Sociedad dominicana:** Esta ponencia no se presentó el día que fue programada, pero sus puntos de vistas fueron recogidos a partir del cuestionario que se les aplicó a todos los participantes, cuyas respuestas se reflejaron cómo la construcción social del concepto ocio en la sociedad dominicana limita la apropiada comprensión de su valor actual. Sus palabras ilustraron la representación social del ocio, y no el ocio mismo, desde experiencias familiares que le permitieron, observar y puntualizar modalidades educativas que afectan el proceso de asimilación de las prácticas vinculadas al ocio, entendiéndolo como una práctica de incidencia social, cultural y económica a los miembros de la sociedad.

**10.- Verónica Lora. La moda como actividad de ocio y sus aportes al desarrollo social:** Esta última ponencia debió tocar una de las prácticas de ocio que ha estado creciendo en el país en los últimos cinco años. Pero por razones laborales de la invitada no pudo ser presentada en la “MESA DE DISCUSIÓN SOBRE EL OCIO EN LA SOCIEDAD DOMINICANA”.



Evento realizado en el 1er. Cuatrimestre del 2016  
Facultad de Artes, Universidad Autónoma de Santo Domingo, UASD.

## ANEXOS V:

## MODELO DE ENCUESTA Y ENTREVISTA

DEL OCIO EN  
LA SOCIEDAD

## ENCUESTA SOBRE LA EXPERIENCIA DE OCIO EN LA ZONA COLONIAL DE SANTO DOMINGO, RD.

Estatus Tabulación	#	/	/ 2017
--------------------	---	---	--------

**Buenos días/tarde, soy Luis Alberto Rodríguez, y me gustaría contar con su opinión para la realización de un estudio que se está llevando a cabo en conjunto con varias instituciones, nacionales e internacionales.** Como la oficina para la resignificación y difusión del ocio en el Caribe, ORDOC, el Departamento de Investigación Artística de Facultad de Artes, UASD y La Universidad de Deusto Bilbao España.

El cuestionario que en breve le impartiremos tiene el propósito de conocer su reacción ante la intervención del Estado en la Zona Colonial. Así como también, identificar los hábitos de esparcimiento, conocer el tipo de recreación que usted; y si hay alguna institución que les orienta, ayuda o facilita en la realización de esas actividades

Al respondernos, rogamos que tenga en cuenta que: "ESPARCIMIENTO, RECREACIÓN Y OCIO, es hacer lo que a una persona le agrada realizar en los fines de semanas, días feriados y de vacaciones (es decir en su tiempo o día libre del trabajo laboral).

## UNIDAD I. CONOCIMIENTO DE LAS FUNCIONES DEL MECENAZGO EN EL DESARROLLO EN LA ZC

(Vinculado con el objetivo específico no. 1)

1.- ¿Sabe usted lo que es mecenazgo? Si\_\_\_, NO\_\_\_.

2.- ¿Ha recibido ayuda para establecer su negocio en la Zona Colonial? Si\_\_\_, NO\_\_\_.

2.1.- De parte de quien ha recibido patrocinio:

a) El Gobierno, b) Empresa Privada, c) Ambos, d) Otro\_\_\_\_e) Ningunos.

2.2.- ¿Qué tipo de patrocinio, ayuda o respaldo ha recibido?:

a) Monetaria, para invertir en su negocio, b) Orientación sobre manejo del turismo,  
c) Informaciones en algún documento, d) Ningunos.

**Nota: En los siguientes tres ítems señale un rango, tomando en cuenta que: “0 es nada y 10 es lo más alto”**

3.- *¿Considera que la intervención del Estado en los arreglos de la Zona Colonial es?*

0	1	2	3	4	5	5	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

4.- *¿Cómo ve su progreso personal después de la intervención del Estado en la Zona Colonial?*

0	1	2	3	4	5	5	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

5.- *¿Conoce el Centro Comunitario de La Zona Colonial?*

0	1	2	3	4	5	5	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

## UNIDAD II. EFECTO DEL OCIO EN EL DESARROLLO DE SU PERSONA Y LA COMUNIDAD DE LA ZC

(Vinculado con el objetivo específico no. 2)

6.- *De la siguiente lista, indique con un cotejo los tres (3) espacios físicos que usted más ha visitado en los últimos tres años en la Zona Colonial:*

- a) **MUSEOS:** 1- Museo Fortaleza de Santo Domingo, 2- Alcázar Virreinal de Don Diego Colón, 3- Museo de la Catedral (en proceso) Antigua Cárcel Pública, 4.- Museo Memorial de la Resistencia Dominicana, 5- Museo / Casa de Juan Pablo Duarte, Casa de Bastidas, 6- Museo del niño Trampolín, 7- Casa de Tostado / Sede del Museo de la Familia Dominicana, 8- Museo de las Telecomunicaciones. 9- Museo de la Porcelana, 10- Museo del Ámbar, 11- Museo del Larimar, 12- Choco Museo.
- b) **IGLESIAS:** 1- Basílica Catedral Metropolitana Santa María de la Encarnación, 2- Convento de los Dominicos, 3- Santuario Arquidiocesano Nuestra Señora de la Altagracia 4- Iglesia Santa Barbará, 5- Templo Patronal Nuestra Señora de las Mercedes, 6- Iglesia Regina Angelorum 7- Iglesia Nuestra Señora del Carmen, 8- Iglesia San Miguel Arcángel 9- Capilla de Nuestra Señora De Los Remedios, 10- Ermita de San Antón
- c) **SALA DE EXPOSICIONES,** 1- Escuela de Bellas Artes, 2- Colegio de artistas plásticos, CODAP, 3- Giudiselly, 4- Laborarlo Experimental, 5-Taller de Arte Silvano Lora, 6-Galería de ate Saingiovanny, 7-Galería de Artes Museo Fernando Defilló, 8- Salas del Centro Cultural de España
- d) **SALA DE TEATRO Y CINE:** 1-Casa de Teatro, 2, Teatro las Máscaras, 4-Teatro Guloya 5- The Colonial Gate 4D Cinema,
- e) **SALA DE CONCIERTOS:** 1-Casa de Teatro, 2- Escalinata del Jazz, 3.-Plaza de España
- f) **CENTRO DE DOCUMENTACION:** 1- Instituto de geografía, UASD. 2- Centro Comunitario Zona Colonial, 3-Oficina de Clúster Turístico,
- g) **CENTRO DE EVENTOS:** 1- Centro Cultural Banreservas, 2- Centro Cultural de España, 3, Centro Comunitario de la ZC
- h) **LUGARES HISTORICO:** 1- Puerta de la Misericordia, 2- Puerta del Conde, 3- Panteón de la Patria (Antigua Iglesia de los Jesuitas), 4- Altar de la Patria. 5- Monumento a Fray Antón de Montesinos. 6- Casa de La Rectoría, UASD e Instituto Cartográfico
- i) **CENTRO EDUCATIVO CULTURALES:** 1- Escuela de Bellas Artes, 2- Centro de Excelencia Salomé Ureña, Centro de Educación Infantil
- j) **PARQUES:** Colón -antigua Plaza de Armas, Callejón de los Curas, Juan Pablo Duarte, Independencia
- k) **PLAZOLETAS:** 1- Plaza de España, 2-Plaza Padre Billini, 3- Plaza de los Curas.
- l) **RUINAS,** 1- Muralla de la Ciudad Colonial, 2- Reloj del Sol, 3- Hospital San Nicolás de Bari, 4- Fuerte De San Diego 5- Fuerte De San Lázaro, 6- Fuerte De La Concepción, 7 Fuerte San Gil, 8-Fuente De Colón, 9- Ruinas De La Iglesia Y Del Monasterio De San Francisco, 10-

7.- De la lista anterior,

¿Cuáles lugares usted no ha tenido tiempo libre para visitarla?:

a) \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

b) ¿Por qué?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

8.- Del desglose de la lista anterior ¿Le gustaría visitar algunos de estos espacios de ocio?:

a) SI            b) NO

9.- Si su respuesta es afirmativa, Mencione tres (3) de las actividades de ocio que quisiera practicar en la Zona Colonial y no puede por alguna razón.

- a) Montar en bicicleta,                      b) Pasear por en el Trencito,                      c) Pasea a pie,  
d) Ir al cine,                                      e) Visitar algún museo,                                      e) ir a la iglesia,  
e) Conocer la historia de alguna ruina o / algunos de los parques  
f) visitar una muestra artística en alguna de las salas de exposición, y /o algunos de los museos  
g) Ir a ver una obra de teatro,                      h) Ir a los conciertos de Jazz,  
i) Asistir a una presentación músico vocal (Merengue, Bachata) en alguna de las plazuelas de la ZC,  
j) Comer en algún restaurante, k) ir a algunos de los bares, l) Otro: \_\_\_\_\_

10.- ¿Cuáles dificultades encuentra para no poder visitar la Zona Colonial? Menciones tres opciones:

a) \_\_\_\_\_  
b) \_\_\_\_\_  
c) \_\_\_\_\_

11.- ¿Considera que después de los arreglos de la Zona Colonial usted crecido personalmente?

a) SI            b) NO

12.- ¿Puede comentar sobre su anterior respuesta o alguno de los ítems anteriores?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**DATOS DEMOGRAFICOS**

I.- GÉNERO: a) Masculino b) Femenino.

II.- ESTADO CIVIL: a) Soltero/a, b) Casada/o, c) Unión Libre,  
d) Divorciado/a (dejados), e) Separados Legalmente, d) Viudo/a

III.- EDAD: a) 18 a 25 b) 26 a 29 c) 30 A 39 d) 40 a 49 e) Más de 50

IV.- NUCLEO FAMILIAR:

IV a.- *¿Con quién vive?:*

a) Solo/a, b) con sus padres, c) con su pareja, d) Con su pareja e hijos,  
e) Solo con sus hijos f) Con amigos, g) Comparte vivienda con otros.

(Indique tipo de parentesco su puede: \_\_\_\_\_)

V.- TRABAJA EN LA ZONA COLONIAL: a) SI b) NO

V a.- EMPEADO:

a) *Privado,* b) *Público,* c) *Ambos,*

V b.- SITUACIÓN LABORAL

a) Trabaja tanda completa, b) Media Tanda, c) ambos, e) Es chiripero ( autónomo u ocasional),

---

*¡GRACIAS POR SU VALIOSA INFORMACIÓN!*




---

**ENTREVISTA SOBRE EL MECENAZGO EN APOYO AL OCIO EN LA ZONA COLONIAL DE SANTO DOMINGO, RD.**


---

Estatus: Transcripción....Tabulación....	#	/	/ 2017
--	---	---	--------

**Saludos Estimado Entrevistado, soy Luis Alberto Rodríguez S. y me gustaría saber su opinión sobre el apoyo para el desarrollo de la Zona Colonial, la cual será de gran ayuda para la realización de un estudio que se está llevando a cabo en conjunto con varias instituciones, nacionales e internacionales.** Como son la Oficina para la Resignificación y Difusión del Ocio en el Caribe, ORDOC, el Departamento de Investigación Artística de Facultad de Artes, UASD) y La Universidad de Deusto Bilbao España).

Las preguntas que en breve le formularemos tienen el propósito de conocer los niveles de apoyo que reciben las instituciones que patrocinan grupos sociales que difunden la cultura en territorio nacional. Así como también, conocer el nivel de patrocinio que reciben las instituciones o personas que se relacionan o viven en la Zona Colonial, también nos ayudará a identificar las instituciones que se dedican al mecenazgo y su compromiso con el apoyo para el desarrollo de la cultura del esparcimiento y la recreación en la ZC.

Al respondernos, rogamos que tenga en cuenta que: “ESPARCIMIENTO, RECREACIÓN Y OCIO, es hacer lo que a una persona le agrada realizar en los fines de semanas, días feriados y de vacaciones. Es decir, en su tiempo o día libre del trabajo laboral.

---

**DATOS GENERALES:**

I.- NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN \_\_\_\_\_

I a.- *Persona que la sostiene:*

I b.- *Directivo general o representante:*

II.- UBICACIÓN \_\_\_\_\_

III.- TIPO DE EMPRESA:      a) PUBLICA,    b) PRIVADA,      c) MIXTA      d) ONG

IV.- CAPITAL / FONDO:      a) PUBLICO    b) PRIVADO,      c) MIXTO

V.- TIEMPO FUNCIONANDO: \_\_\_\_\_

VI.- ADSCRITA A OTRAS INSTITUCION INTERNACIONAL:

VII.- ES UNA DEPENDENCIA DE UNA EMPRESA

NACIONAL \_\_\_\_\_

UNIDAD I. CONOCIMIENTO DE LOS CONCEPTOS: MECENAZGO Y PATROCINIO

- 1.- *¿Esta institución se dedica básicamente a las prácticas de Caridad, Mecenazgo o Filantropía?*
- 2.- *¿O sea que, el conjunto de las actividades que realiza la institución las considerada en sentido general como Patrocinio?*
- 3.- *¿Cuál de estos tipos de Patrocinio: Altruista, Comercial, Religioso su institución apoya más?*
- 4.- *De la siguiente actividades: 1.- FIESTAS PATRIA, 2.- CELEBRACIONES RELIGIOSAS, 3.- PRÁCTICAS DEPORTIVAS, 4.- JUEGOS COMPETITIVOS, 5.- PROGRAMAS DE TELEVISIÓN, 6.- PELÍCULAS, 7.- PROGRAMAS RADIALES, 8.- OBRA TEATRALES, 9.- ESPECTÁCULOS DE GRUPOS MUSICALES, 10.- CONCURSOS CULTURALES, 11.- PASES DE MODAS, 12 EXPOSICIONES DE OBRAS PLÁSTICAS, 13.- AGRO TURISMO, 14.- TURISMO RURAL, 15.- TURISMO ECOLÓGICO, 16.- TURISMO DE SALUD (RECUPERACIÓN DE SALUD PERSONAL ENTRE OTROS.*
  - 4.1.- *¿En cuáles de estas áreas esparcimiento la empresa apoya con más frecuencia?*

UNIDAD II. CONOCIMIENTO DE POLÍTICAS PÚBLICAS SOBRE LA CULTURA DEL OCIO

- 5.- *¿Cuánto tiempo tiene la institución ofreciendo sus servicios de recreación?*
  - 5.1.- *¿Tiene datos sobre los resultados alcanzados?*
- 6.- *¿Cuáles de los Ministerios del país cree que están más vinculados con la cultura del ocio?*
  - 6.1.- *¿Por qué usted opina eso?*
  - 6.2.- *¿Cree que los ministerios promueven un uso correcto del tiempo libre y el ocio en el país?*
- 7.- *¿Cuáles eventos culturales relacionado con el ocio de los realizados por el Estado,*
  - 7.1.- *¿Usted puede decir que ha promovido las buenas costumbres en el país?*
- 8.- *¿Cree usted que la Constitución garantiza el tiempo libre y el ocio de los ciudadanos?*
- 9.- *¿Cree que hay leyes creadas especialmente para la práctica del ocio en el país?*
  - 9.1.- *¿Puede mencionar algunas de esas leyes que difunden el ocio?*
- 10.- *¿Cuánto conocen de la ley de Mecenazgo y la Ley de Cine?*
- 11.- *¿En que ayudarían esas leyes en la Zona Colonial de Santo Domingo?*

UNIDAD III. CONOCIMIENTO DE LOS CONCEPTOS DE TIEMPO LIBRE Y OCIO

12.- *¿Cree usted que el mal comportamiento de los dominicanos se debe a un mal uso del tiempo libre, a un mal manejo de la recreación?*

12.1.- *¿Todos los dominicanos pueden tener un momento de ocio cuando lo deseen?*

12.2.- *¿Quiénes pueden practicar un momento de ocio?*

a) Solo los ricos, b) Los que han ahorrado, c) Todo el mundo.

12.3.- *¿Usted cree que el ocio es?* a) Negativo, b) Positivo, c) no sabe

12.4.- *¿A que usted atribuye el uso negativo del ocio?*

UNIDAD IV. VINCULACIÓN: PATROCINIO DEL OCIO EN LA CREACIÓN DE MARCA PAÍS

13.- *¿Cree que la institución con sus patrocinios contribuye a la construcción de la Marca País en Rep. Dom.? SI, NO.*

13.1.- *¿Cuándo se comenzó a construir una marca país en dominicana?*

13.2.- *¿Cuáles son los elementos de la cultura que se están utilizando para construir esta marca país?*

14.- *¿La institución que usted dirige lo hace desde el concepto Responsabilidad Social Empresarial, Responsabilidad Social Corporativa o Márquetin Social?*

15.- *¿Algo más que agregar sobre lo que nos ha hablado en esta entrevista?*

---

*¡GRACIAS POR SU VALIOSA INFORMACIÓN!*



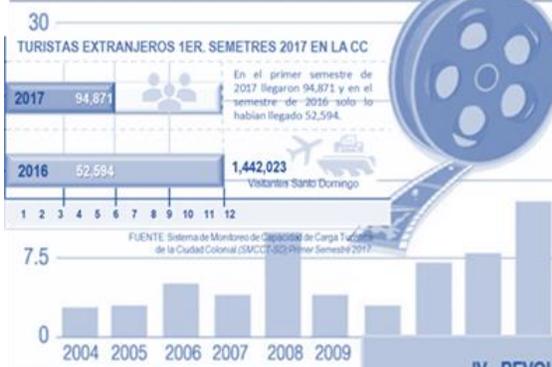
## **ÍNDICE DE:**

- INFOGRAFÍAS
- LISTAS
- MAPAS CONCEPTUALES
- ANÁLISIS DESCRIPTIVOS
- TABLAS
- GRÁFICOS
- FOTOGRAFÍAS

TU Renova  
CIUDADUJOS  
COLOJOS  
DESDE 2013



# Producción de cine en Rep. Dominicana



**III.- REVOLUCIÓN INDUSTRIAL**  
Conquista del espacio, Sistema electrónicos y Tecnología de la información

**IV.- REVOLUCIÓN INDUSTRIAL**  
Desarrollo de la micro electrónica, Informatización y Digitalización de todos lo procesos

**AUTORES NOTABLES DEL OCIO EN EL SIGLO XX**  
1963, 1964, 1966, ..1988, .....

1963, 1964, 1966, ..1988, .....

**RENACIMIENTO DEL CONCEPTO OCIO CLÁSICO**  
1960, 1962, ....., 1973, ....., 1992, ...1998, ...

1960, 1962, ....., 1973, ....., 1992, ...1998, ...

**OCIO EN LA ERA DE LA INFORMACIÓN**  
.....1970, ..1990, 1991, ..1993, ....., 2000, ...2009, ...2014, ..2015, .....

.....1970, ..1990, 1991, ..1993, ....., 2000, ...2009, ...2014, ..2015, .....

FUENTE: Observatorio Ciudadano del Distrito Nacional, 2007.



OCIO TRABAJO

OLABART OLJO

---

**ÍNDICE DE INFOGRAFÍAS Y LISTAS**


---

**INFOGRAFÍAS INTRODUCCIÓN:**

S/No.- ILUSTRACIÓN, UBICACIÓN CIUDAD COLONIAL DE SANTO DOMINGO, REPÚBLICA DOMINICANA. ....	02
--	----

**INFOGRAFÍAS EN EL CAPÍTULO I:**

No. 1.1. RELACIÓN COMPARATIVA, DESARROLLO DEL OCIO EN LA HUMANIDAD. ....	47
No. 1.2. COLABORACION PARA EL PATROCINIO. ....	78

**INFOGRAFÍAS EN EL CAPÍTULO II:**

No. 2.1. SAPIENCIAS. TRES CONCEPTOS INTERRELACIONADO A TRAVÉS DE LOS SIGLOS. ....	116
No. 2.2. PRODUCCION DE CINE EN REPÚBLICA DOMINICANA. ....	136
No. 2.3. INDICE DEL PLANETA FELIZ. ....	142
No. 2.4. INDUSTRIA CULTURALES CREATIVAS DEL SIGLO XXI. ....	152
No. 2.5. DIRECTORIO DE EMPRESAS CULTURALES. ....	157

**INFOGRAFÍAS EN EL CAPÍTULO III:**

No. 3.1. FACSIMIL DEL INFORME DEL PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE SANTO DOMINGO. ....	188
No. 3.2. DATOS DEL CENSO DE POBLACIÓN DE LA CIUDAD COLONIAL DEL 2015. ....	198
No. 3.3. LIMITES DE LA REPÚBLICA DOMINICANO. ....	204
No. 3.4. SECCIÓN MAPA DEL GRAN SANTO DOMINGO, EL DISTRITO NACIONAL Y LA ZONA COLONIAL. ....	205
No. 3.5. TRAZADO ARQUITECTÓNICO DE LA CIUDAD COLONIAL. ....	206
No. 3.6. ADN DEL DOMINICANO / ESTUDIO REALIZADO POR NATIONAL GEOGRAFIC 2016. ....	207
No. 3.7. LÍMITES DE LA ZONA COLONIAL O CIUDAD COLONIAL. ....	208
No. 3.8. OBSERVATORIO TURISTICO DE CIUDAD COLONIAL. BOLETÍN NO. 1 DE ENERO, 2016. ....	214
No. 3.9. DISTRIBUCIÓN DEL MUESTREO REALIZADO EN LA CIUDAD COLONIAL-SD. RD. ....	232

**INFOGRAFÍAS EN EL CAPÍTULO IV:**

No. 4.1. ÁREAS DE ACCIÓN DE LOS TESTIGOS PRIVILEGIADOS. ....	269
No. 4.2. SECTORES A LOS QUE PERTENECEN LOS TESTIGOS PRIVILEGIADOS. ....	290

**INFOGRAFÍAS EN EL CAPÍTULO V:**

No. 5.1. MARCA PAÍS EN CONTRUCCION. ....	305
No. 5.3. TITULARES DE DIARIOS DIGITALES QUE REFIEREN LOS HALLAZGOS. ....	310
No. 5.2. HECHO EN REPUBLICA DOMINICANA. ....	319

**LISTA EN LA INTRODUCCIÓN**

No. 01. VARIABLES E INDICADORES. ....	11
---------------------------------------	----

**LISTAS EN EL CAPÍTULO I:**

No. 1.1. LEYES PARA EL DESARROLLO CULTURAL DE REPÚBLICA DOMINICANA. ....	89
--	----

**LISTAS EN EL CAPÍTULO I:**

No. 2.1. TIPOS DE ESTRATEGIAS DE COLABORACIÓN ABIERTA (CROWDSOURCING). ....	133
---	-----

**LISTAS EN EL CAPÍTULO III:**

No. 3.1. CRONOLOGIA DE LA HISTORIA DOMINICANA. ....	188
No. 3.2. TIPOS DE TURISMO QUE SE OFERTARÁN EN SANTO DOMINGO Y SU ZONA COLONIA. ....	213
No. 3.3. DATOS GENERALES DE FUNDACIONES QUE TRABAJAN POR EL DESARROLLO CULTURAL. ....	226
No. 3.4. DATOS GENERALES DE INSTITUCIONES QUE TRABAJAN POR EL DESARROLLO CULTURAL. ....	228
No. 3.5. IDENTIFICACIÓN DE TESTIGOS PRIVILEGIADOS QUE CONOCEN LA CIUDAD COLONIAL (CC-SD). ....	229

**LISTAS EN EL CAPÍTULO IV:**

No. 4.1. I.- INSTITUCIONES VINCULADAAS A LAS INDUSTRIAS CULTURALES. ....	246
No. 4.2. II.- INSTITUCIONES COLABORADORAS DEL OBSERVATORIO TURÍSTICO DE SANTO DOMINGO. ....	246
No. 4.3. PARTICIPACIONES EN LA MESA DE DISCUSIÓN SOBRE EL OCIO EN LA SOCIEDAD DOMINICANA. ....	261
No. 4.4. RECOMENDACIONES DE LOS PARTICIPANTES EN LA MESA PARA RESIGNIFICAR EL OCIO. ....	261
No. 4.5. ASOCIACIONES Y JUNTAS DE VECINOS. ....	264
No. 4.6. ESTRUCTURA ADMINISTRATVA DE CLÚSTER TURÍSTICO SANTO DOMINGO INC. ....	264
No. 4.7. PERSONAS QUE POSEEN INFORMACIONES IMPORTANTES SOBRE LA CC-SD. ....	268

---

**ÍNDICE DE MAPAS CONCEPTUALES Y ANÁLISIS DESCRIPTIVOS**


---

**MAPA CONCEPTUAL EN LA INTRODUCCIÓN**

No. 0.1. ESQUEMA ANALISIS SINTESIS .....	13
No. 0.2. ESQUEMA INDUCCION DEDUCCION .....	14
No. 0.3. ESQUEMA DE DESARROLLO DE LA TESIS.....	20

**MAPAS CONCEPTUALES EN EL CAPÍTULO I:**

No. 1.1. ESTADIOS DEL DESARROLLO TECNOLÓGICO DE LA HUMANIDAD .....	28
No. 1.2. LÍNEA DE TIEMPO DEL DESARROLLO DEL OCIO EN LA HUMANIDAD.....	32
No. 1.3. RESIGNIFICACIÓN DEL OCIO CLÁSICO AL OCIO HUMANISTA.....	34
No. 1.4. RENACER DEL OCIO CLÁSICO AL OCIO CONTEMPORÁNEO.....	37
No. 1.5. SÍNTESIS GRAFICADA DE LAS ACTIVIDADES DEL SER HUMANO, (Joffre Dumazedier 1980) .....	44
No. 1.6. GRÁFICA DE SATISFACCIÓN DE LAS EXPERIENCIAS, (Tinsley y Tinsley 1986) .....	45
No. 1.7. NUEVOS HORIZONTES DEL OCIO EN LA ERA DE LA INFORMACIÓN.....	48
No. 1.8. CONCEPTOS REFERENTES PARA EL ESTUDIO DEL OCIO VALIOSO.....	58
No. 1.9. RELACIONES COORDENADAS, DIMENSIONES, FUNCIONES, BENEFICIOS Y BARRERAS DEL OCIO.....	65
No. 1.10. VERTIENTES DEL OCIO, DESARROLLO HUMANO, INDUSTRIA CULTURAL Y CREATIVA .....	66
No. 1.11. CUATRO APRENDIZAJES FUNDAMENTALES EN EL SIGLO XXI.....	69

**MAPAS CONCEPTUALES EN EL CAPÍTULO II:**

No. 2.1. CONCEPTOS RELACIONADOS CON LA ACTIVIDAD DE PATROCINIO.....	117
No. 2.2. TIPO DE PATROCINIOS ATENDIENDO A LA INTENCIÓN DE QUIEN LO EJERCE .....	129
No. 2.3. CLASIFICACIÓN ATENDIENDO A LA DEFINICIÓN DE PATROCINIO.....	130
No. 2.4. SOBRE LA CATEGORIZACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS Y CULTURALES.....	153

**MAPA CONCEPTUAL EN EL CAPÍTULO V:**

No. 5.1. RELACIÓN DE LOS EJES CONCEPTUALES, LOS CAPITULOS Y LOS OBJETIVOS.....	298
No. 5.2. IDEAS PRINCIPALES VINCULADAS CON LOS OBJETIVOS I Y II.....	299
No. 5.3. IDEAS PRINCIPALES VINCULADAS CON LOS OBJETIVOS III Y IV.....	306

**ANÁLISIS DESCRIPTIVOS CAPITULO IV:****4.4.- INFORMACIONES ENCONTRADAS A TRAVÉS DE LAS ENTREVISTAS****CENTROS CULTURALES EN LA ZONA COLONIAL**

CUADRO No. 4.1. y 4.2. CENTRO CULTURAL PRIVADO.....	262
CUADRO No. 4.3, 4.4 y 4.5. CENTRO CULTURAL ESTATAL .....	263
CUADRO No. 4.6, 4.7 y 4.8. ASOCIACIONES Y PRATRONATOS.....	265
CUADRO No. 4.9. CENTRO CULTURAL LISTA DE TESTIGOS PRIVILEGIADOS .....	267

**UNIDAD I. CONOCIMIENTO DE LOS CONCEPTOS: MECENAZGO Y PATROCINIO**

CUADRO ANALÍTICO No. 01 y 02.....	270
CUADRO ANALÍTICO No. 03 y 04 .....	271

**UNIDAD II. CONOCIMIENTO DE POLÍTICAS PÚBLICAS SOBRE LA CULTURA DEL OCIO**

CUADRO ANALÍTICO No. 05 y 06 .....	272
CUADRO ANALÍTICO No. 07, 08 y 09.....	273
CUADRO ANALÍTICO No. 10 y 11 .....	274

**UNIDAD III. CONOCIMIENTO DE LOS CONCEPTOS DE TIEMPO LIBRE Y OCIO**

CUADRO ANALÍTICO No. 12.....	275
------------------------------	-----

**UNIDAD IV. VINCULACIÓN: PATROCINIO DEL OCIO EN LA CREACIÓN DE MARCA PAÍS**

CUADRO ANALÍTICO No. 13 .....	277
CUADRO ANALÍTICO No. 14 y 15 .....	278

<b>4.5.- INFORMACIONES ENCONTRADAS A TRAVÉS DE LAS ENCUESTAS</b>	
CUADRO ANALÍTICO No. 16, DATOS DEMOGRÁFICOS ENCUESTADOS ( I, II, IV V).	279
<b>UNIDAD I. CONOCIMIENTO DE LAS FUNCIONES DEL MECENAZGO EN EL DESARROLLO EN LA CC-SD</b>	
CUADRO ANALÍTICO NO. 17, 18 (GRÁFICOS Nos: 4.6 al 4.9)	280
<b>UNIDAD II. EFECTOS DE LA INTERVENCIÓN DEL ESTADO EN LA CIUDAD COLONIAL DE STO. DGO., RD.</b>	
CUADRO ANALITICO NO. 19 (GRÁFICOS Nos: 4.10 al 4.12)	281
<b>UNIDAD III. EFECTO DEL OCIO EN EL DESARROLLO LAS PERSONAS Y LA COMUNIDAD DE LA CC-SD</b>	
CUADRO ANALÍTICO No. 20 (y en pág. 281 GRÁFICO 4.13).	282
CUADRO ANALÍTICO No. 21 (SIN GRÁFICO) y 22 (GRÁFICOS Nos: 4.14 y 4.15).	284
CUADRO ANALÍTICO No. 23 (ÍNTEM NO.19 SIN GRÁFICO)	285
CUADRO ANALÍTICO No. 24 (GRÁFICOS Nos: 4.16. ITEM NO.12 SIN GRÁFICO)	286

## ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

### TABLAS EN EL CAPÍTULO I:

No. 1.1. SIMILITUDES ENTRE DOS TIPOS DE ENTIDADES PATROCINADORAS. . . . .	92
No. 1.2. REGISTRO DE ASFL Y ONG POR MINISTERIOS ETATALES (2015) * . . . . .	96
No. 1.3. REGISTRO DE ASFL Y ONG POR PROVINCIAS (2015 al 2018) * . . . . .	96

### TABLAS EN EL CAPÍTULO II:

No. 2.1. DEFINICIONES DE TIPOS DE PATROCINIOS POR APORTACIONES. . . . .	134
No. 2.2. 13 PAÍSES LATINOAMERICANOS CON RÉGIMEN LEGAL DE PATROCINIO CULTURAL. . . . .	136
No. 2.3. ÍNDICE DE EXPERIENCIA POSITIVA EN EL MUNDO. . . . .	140
No. 2.4. ÍNDICE DE FELICIDAD EN EL PLANETA DE 25 PAÍSES DE LATINOAMERICA Y EL CARIBE. . . . .	143
No. 2.5. "TOP FIVE" PAÍSES MÁS FELICES DE LAS ANTILLAS MAYORES DEL CARIBE AMERICANO. . . . .	144
No. 2.6. PAÍSES CON MAYORES EMOCIONES POSITIVAS DEL MUNDO. . . . .	147
No. 2.7. QUINCE PRÁCTICAS DE OCIO MÁS HABITUALES. . . . .	158
No. 2.8. CANTIDAD DE PERSONAS Y GASTOS EN PODUCTOS CULTURALES. . . . .	160
No. 2.9. LUGAR DE ACCESO A INTERNET Y GASTO REAIZADO. . . . .	160
No. 2.10. CINCO ACTIVIDADES DE OCIO MÁ PRACTICADAS EN OBEROAMÉRICA. . . . .	161
No. 2.11. PRONÓSTICOS PARA LOS PAÍSES DE AMÉRICALATINA Y EL CARIBE. . . . .	173
No. 2.12. CRECIMIENTO ECONÓMICO POR REGIÓN. . . . .	174

### TABLAS EN EL CAPÍTULO III:

No. 3.1. POBACION Y SUPERFICIE POR MUNICIPIO. . . . .	206
No. 3.2. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS DE BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN. . . . .	222

### TABLAS EN EL CAPÍTULO IV:

No. 4.1. 12 MEJORES HOTELES EN CIUDAD COLONIAL DE SANTO DOMINGO. . . . .	247
No. 4.2. 18 MEJORES BARES DE LA ZONA COLONIAL DE SANTO DOMINGO. . . . .	248
No. 4.3. 10 RESTAURANTES EN ZONA COLONIAL DE SANTO DOMINGO. . . . .	248
No. 4.4. MUSEOS MAS VISITADOS EN LA ZONA COLONIAL DE SANTO DOMINGO. . . . .	249
No. 4.5. ESPACIOS SAGRADOS EN LA ZONA COLONIAL DE SANTO DOMINGO. . . . .	250
No. 4.6. LUGARES DE ENTRETENIMIENTO, ESPARCIMIENTO Y RUTAS CULTURALES EN LA CC-SD. . . . .	251
No. 4.7. CONSECUENCIAS POSITIVAS (+) DEL OCIO. . . . .	255
No. 4.8. CONSECUENCIAS NEGATIVAS (-) DEL OCIO. . . . .	256

### GRÁFICOS EN EL CAPÍTULO II:

No. 2.1. PAÍSES MÁS FELICES DE LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE-2017. . . . .	146
No. 2.2. PAÍSES QUE REPRESENTAN REGIONES CON MAYOR PIB EN EL MUNDO EN EL AÑO 2017. . . . .	147
No. 2.3. NIVEL ACCESO A LA CULTURAL, 2013. . . . .	156
No. 2.4. ASISTENCIA A LUGARES Y EVENTOS CULTURALES. . . . .	159
No. 2.5. GASTO EN LUGARES Y EVENTOS CULTURALES. . . . .	159
No. 2.6. ACCESO A INTERNET, SEGÚN LUGAR. . . . .	159
No. 2.7. GASTO POR ACCESO A INTERNET, SEGÚN LUGAR. . . . .	159

**GRÁFICOS EN EL CAPÍTULO III:**

No. 3.1. EVOLUCIÓN DE LA POBREZA, 2017. ....	194
No. 3.2. ORDENAMIENTO DE LAS PROVINCIAS CON LA TASA DE POBLEZA GENERAL, 1993, 2002 Y 20110. ....	195
No. 3.3. AUMENTO DE TURISTAS EXTRANJEROS EN LA ZONA. ....	216
No. 3.5. LLEGADA DE VISITANTES EXTRANJEROS A LA ZONA. ....	216
No. 3.4. CANTIDAD DE TURISTAS QUE SE ALOJARON EN LA ZONA. ....	216

**GRÁFICOS EN EL CAPÍTULO IV:**

No. 4.1. NIVELES DE CONOCIMIENTOS SOBRE EL OCIO. ....	254
No. 4.2. COMPRENSIÓN SOBRE LOS BENEFICIOS DEL OCIO. ....	258
No. 4.3. CONSECUENCIAS POSITIVAS Y NEGATIVAS DEL OCIO. ....	259
No. 4.4. PATRONATOS MÁS ANTIGUOS FUNCIONANDO EN LA CC-SD. ....	266
No. 4.5. CENTROS CULTURALES MÁS ANTIGUOS FUNCIONANDO EN LA CC-SD. ....	266

---

## ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS Y FOTOMONTAJES

---

**FOTOGRAFÍAS Y FOTOMONTAJES**

No. 1.0. PERSONAS DISFRUTANDO LA CIUDAD COLONIAL DE SANTO DOMINGO / FOTOMONTAJE CAP.I. ....	24
No. 1.1. FRAY ANTON DE MONTESINOS (FOTOMONTAJE, PRIMER DEFENSOR DEL OCIO EN AMÉRICA). ....	27
No. 2.0. VISTA AÉREA DE LA CIUDAD COLONIAL ... (FOTO CON 1ER. PLANO A CATEDRAL...). CAP.II. ....	112
No. 2.1. PAISAJE DE UNA CALLE TÍPICA DE LA CIUDAD COLONIAL DE SANTO DOMINGO, RD. ....	114
No. 2.2. IMÁGENES ALUCIVAS AL FORO DE ECONOMICO MUNDIAL, DAVO, SUIZA. ....	174
No. 3.0. VISTA AÉREA DE LA CIUDAD COLONIAL DE SANTO DOMINGO DE GUZMÁN. . .CAP.III. ....	184
No. 3.1. PAISAJE URBANO CON COCHE Y PERSONAS EN CIUDAD COLONIAL DE SANTO DOMINGO. ....	186
No. 3.2. MAPA ANTIGUO DE SANTO DOMINGO. ....	189
No. 3.3. GRUPOS DE PERSONAS DE INGRESOS ECONÓMICOS LIMIADOS. ....	194
No. 3.4. FAMILIA DE INGRESOS ECONOMICOS ESCASOS. ....	194
No. 3.5. VISTA AÉREA ZONA COLONIAL DE SANTO DOMINGO DE GUZMÁN. ....	203
No. 3.6. TURISTAS CAMINANDO PRENTE A LA ESCUELA DE BELLAS ARTES, CALLE EL CONDE. ....	215
No. 3.7. TURISTAS DISFUTANDO EN LA CIUDAD COLONIAL FRENTE AL ALCAZAR DE COLÓN. ....	215
No. 4.0. VISTA AÉREA DE LA CIUDAD COLONIAL. . . (RESALTADA EN LÍNEAS Y COLOR CLARO) CAP.IV. ....	243
No. 4.1. IMÁGENES QUE MUESTRA LUGARES ICONICOS DE LA CIUDAD PRIMADA DE AMÉRICA. ....	252
No. 4.2. PROFESORES PARTICIPANTES EN LA MESA DE DISCUSION SOBRE EL OCIO. ....	261
No. 4.3. TESTIGOS PRIVILEGIADOS RELACIONADOS CON EL PFTCC-SD, 2018. ....	276
No. 5.0. 174 AÑOS DE DOMINICANIDAD Y FUNDACIÓN DE LA REP. DOM. / FOTOMONAGE...CAP.V. ....	296
No. 5.1. LA APROBACION DE LA LEY DE MECENAZGO. ....	308
No. 5.2. DEL AFICHE PROMOCIONAL SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL (MICUL Y AECID). ....	316
No. 6.0. FUENTES DOCUMENTALES CONSULTADAS EN ESTA TESIS. ....	332



Las fotografías usadas son exclusivas de sus autores, los fotomontajes y collage han sido creados para esta tesis con la única intención de difusión educativa. Así como también, las infografías, las listas, los mapas conceptuales, las tablas y gráfico, muchos de estos creados con imágenes de diferentes fuentes, las cuales hemos redibujado y adaptado por cuestión de derecho de autor y estilo visual. Las imágenes han sido usadas amparados bajo el concepto Bienes Comunes Creativo

[https://www.blog.andaluciaesdigital.es/derechos-de-autor-en-internet-normas/#Derechos de autor en Internet Descargar fotos videos y musica de forma legal](https://www.blog.andaluciaesdigital.es/derechos-de-autor-en-internet-normas/#Derechos%20de%20autor%20en%20Internet%20Descargar%20fotos%20videos%20y%20musica%20de%20forma%20legal)

---

## ABREVIATURAS DE INSTITUCIONES MENCIONADAS

---

ACE: Agencia de Cooperación Española

ADN: Ayuntamiento del Distrito Nacional

ADRU: Asociación Dominicana de Rectores de Universidades

AECID: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo

AJVCC: Asociación de Juntas de Vecinos de la Ciudad Colonial

ASFL: Asociaciones Sin Fines de Lucro

ASOCONDE: Asociación Comerciantes de la Calle el Conde y la Ciudad Colonial

ASONAHORES: Asociación de Hoteles y Restaurantes

BCRD: Banco Central de la Republica Dominicana.

BID: Banco Iberoamericano de Desarrollo

BM: Banco Mundial

DAVOS: Ciudad Suiza, sinónimo del Foro Económico Mundial de Davos

DGCINE: Dirección General de Cine, Ministerio de Cultura.

CC: Ciudad Colonial

CCB: Centro Cultural Banreservas

CCCC-SD: Centro Comunitario Ciudad Colonial de Santo Domingo

CC-SD: Ciudad Colonial de Santo Domingo

CCCT: Fundación Cultural Casa de Teatro

CCESD: Centro Cultural de España en Santo Domingo

CC-SD: Ciudad Colonial de Santo Domingo

CCT: Centro Cultural de las Telecomunicaciones

CEAL: Consejo Empresarial de América Latina

CELC: Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños

CEPAL: Comisión Económica para América Latina

CEI-RD: Centro de Exportación e Inversión de República Dominicana

CONEP: Consejo Nacional de Empresas Privadas

CPV-CC: Censo de Población y Vivienda en la Ciudad Colonial

CTSD: Clúster Turísticos Santo Domingo Inc.

FECCA: Fondo de Estímulo a la Creación Cultural y Artística

FITUR: Feria Internacional de Turismo

HIP: Happy index planet

(Índice del Planeta Feliz & Índice de felicidad en el planeta)

IES: Instituciones de Estudios Superiores

ICC: Industrias Cultural y Creativa I+D+I: Investigación para Desarrollar e Innovar (I I+D+i)

---

IOT-CC: Informe del Observatorio Turístico de la Ciudad Colonial

FUNGLODE: Fundación Global de Desarrollo

JVCC-SD: Junta de Vecinos de la Ciudad Colonial de Santo Domingo

MICUL: Ministerio de Cultura

MITUR: Ministerio de Turismo

MEPyD: Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo

MyPE: Micro y Pequeñas Empresas

MH: Ministerio de Hacienda

NASA: National Aeronautics and Space Administration

(en español, Administración Nacional de Aeronáutica y del Espacio).

OEA: Organización de Estados Americanos

ONG: Oficina No Gubernamental

ONU: Organización de las Naciones Unidas

OPHI: Oxford Poverty Human Development Initiative

(en español, Iniciativa de Pobreza y Desarrollo Humano de la Universidad de Oxford)

OPD: Observatorio de Políticas Dominicana

OT-CC: Observatorio Turístico de la Ciudad Colonial

PFTCC-SD: Programa de Fomento al Turismo Ciudad Colonial

PIB: Producto Interno Bruto

PNUD: Programa de las Naciones Unidas

POT: Plan de Ordenamiento Territorial

POT-C: Plan de Ordenamiento Territorial, Capital

POT-C/2030: Plan de Ordenamiento Territorial, Capital 2030

SIUBEN: Sistema Único De Beneficiarios

UASD: Universidad Autónoma de Santo Domingo

UNAPEC: Universidad Acción Pro-Acción Educación y Cultura.

UNESCO: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

(en español, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura)

WEF: World Economic Forum (Foro Económico Mundial, DAVO, Suiza)

WLRA: World Leisure and Recreation Association (Asociación Mundial de Ocio y Recreación,)

WOLs: World Leisure Organization (Organización Mundial de Ocio nuevo nombre adoptado en 2007, antigua Asociación Internacional de la Recreación en inglés IRA,

ZC: Zona Colonial.



#### RECONOCIMIENTO NO COMERCIAL

Esta Tesis se acoge a los criterios de Bienes Comunes Creativos (en inglés “Creative Commons”). La comunidad educativa, científica y el público interesado pueden hacer uso parcial de su contenido, favor informar al autor y a los directores cuando utilicen algunos de los datos e informaciones de esta investigación. (Ociólogos, FB, LARS.-).



*“El cielo no es el limite,  
hacia el infinito y mas allá  
ahí estamos ”*