



**UNIVERSIDAD DE VALLADOLID
PROGRAMA OFICIAL DE POSGRADO
MÁSTER UNIVERSITARIO EN ECONOMÍA DE LA CULTURA
Y GESTIÓN CULTURAL**

TRABAJO FIN DE MÁSTER

**“SITUACIÓN ACTUAL DEL PATRIMONIO CULTURAL
INMATERIAL EN CHINA: ESTRATEGIAS DE FUTURO”**

JUNYAO HU

FACULTAD DE COMERCIO

VALLADOLID, JUNIO, 2021

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID
PROGRAMA OFICIAL DE POSGRADO
MÁSTER UNIVERSITARIO EN ECONOMÍA DE LA CULTURA Y
GESTIÓN CULTURAL
CURSO ACADÉMICO 2020/2021

TRABAJO FIN DE MÁSTER

“SITUACIÓN ACTUAL DEL PATRIMONIO CULTURAL
INMATERIAL EN CHINA: ESTRATEGIAS DE FUTURO”

Trabajo presentado por:

Junyao Hu

Tutores:

María Carmen Camarero Izquierdo

María José Garrido Samaniego

FACULTAD DE COMERCIO
Valladolid, 24 de junio de 2021

Resumen

Proteger y difundir el patrimonio cultural inmaterial (PCI) de China es una de las formas de desarrollar el poder blando de China en la actualidad. Este estudio investiga y analiza este contenido en relación con el tema de la protección y el desarrollo del PCI en China. El objetivo es conocer la situación actual del desarrollo del PCI en China y el desarrollo de las organizaciones sin ánimo de lucro relacionadas con él, descubrir los problemas actuales a los que se enfrentan y hacer recomendaciones. A través de entrevistas con siete representantes que trabajan en temas relacionados con el PCI y de las encuestas realizadas a 615 personas, se identificaron los problemas actuales de la protección y difusión del PCI en China y la percepción de la gente sobre el tema. Por último, se resumen los problemas en varios aspectos: la gestión gubernamental, el apoyo de las empresas, las actividades de las organizaciones sin ánimo de lucro y la protección de los representantes del PCI, y hace sugerencias para estos problemas. Esto es muy útil para la construcción del poder blando y el desarrollo del patrimonio cultural inmaterial en China.

Palabras clave: China, patrimonio cultural inmaterial, organizaciones sin ánimo de lucro, poder blando, cultura tradicional

Abstract

Protecting and disseminating China's intangible cultural heritage (ICH) is one of the current ways to develop China's soft power. This paper investigates and analyzes this content with regard to the topic of the preservation and development of ICH in China. The purpose is to understand the current status of the development of ICH in China, and the development of non-profit organizations related to it, to identify the current problems they face, and to make recommendations. Through interviews with seven representatives working on ICH related issues and a questionnaire survey of 615 people, the current problems encountered in the protection and dissemination of China's ICH and the people's perception of this topic were identified. Finally, the author summarizes the problems into several aspects, such as government management, corporate support, activities of non-profit organizations, and protection of ICH representatives, and makes suggestions to address these issues. This is very helpful for soft power building and intangible cultural heritage development in China.

Keywords: China, intangible cultural heritage, nonprofit organizations, soft power, traditional culture

Índice

1	Introducción.....	1
1.1	Antecedentes.....	1
1.2	Métodos de investigación	2
1.3	Importancia de la investigación.....	2
1.4	Estructura del apartado del trabajo	3
2	Revisión de la literatura.....	4
2.1	Patrimonio cultural inmaterial.....	4
2.2	Las Organizaciones Sin Fines de Lucro en China.....	6
3.	Patrimonio cultural inmaterial de China	11
3.1	Estado de desarrollo actual.....	11
3.1.1	Análisis de políticas.....	11
3.1.2	Análisis económico.....	11
3.1.3	Análisis social.....	12
3.1.4	Análisis técnico.....	12
3.1.5	Análisis de población y región	13
3.2	Valor social	13
3.3	Valor económico	16
4.	Estudio empírico sobre el patrimonio cultural inmaterial en China.....	18
4.1	Objetivo de la investigación	18
4.2	Metodología de la investigación.....	18
4.3	Recogida de los datos	19
4.3.1	Entrevistas en Profundidad	19
4.3.2	Encuesta a Ciudadano	21
4.4	Resultado del estudio cualitativo: la gestión del PCI en China.....	26
4.5	Resultado del estudio cuantitativo: Interés y comportamiento del público.....	31
4.4.1	Estudio 1 - Encuesta sobre la situación del patrimonio cultural inmaterial.....	31
4.4.2	Estudio 2 - Encuesta sobre fiestas y costumbres tradicionales.....	37
4.6	Resumen de resultado: El estado de desarrollo del PCI en China	42

5. Conclusión	45
5.1 Conclusiones sobre la gestión del PCI.....	45
5.2 Conclusión de la actitud del público hacia el PCI	46
5.3 Conclusiones sobre el estado de desarrollo del PCI en China	47
6. Sugerencias para la gestión	48
6.1 Recomendaciones para la gestión del PCI de China	48
6.2 Sugerencias para el desarrollo del PCI de China	48
6.3 Sugerencias para la protección del PCI de China	49
7. Limitaciones y futura investigación	51
Referencias.....	53
Anexo 1 Preguntas de la entrevista.....	56
Anexo 2 Cuestionario.....	57
Anexo 3 Autorización para las entrevistas.....	61

Abreviaturas de términos profesionales

OSAL **Organización Sin Ánimo de Lucro**

PCI **Patrimonio Cultural Inmaterial**

ONG **Organización No Gubernamental**

CCPPC **Conferencia Consultiva Política de Pueblo Chino**

1 Introducción

1.1 Antecedentes

El patrimonio cultural inmaterial incluye las costumbres tradicionales o las culturas dinámicas, como las fiestas, las costumbres, los espectáculos, los rituales, la artesanía, así como los conocimientos y las prácticas sobre la naturaleza y el universo, que se transmiten de los antepasados a sus hijos. Da a las personas un sentido de "identidad" y "pertenencia", vinculando el pasado, el presente y el futuro de la humanidad. Como tal, contribuye a la cohesión social y es también un factor importante para preservar la diversidad cultural de la humanidad (Centro de Asia-Pacífico, 2021). Asimismo, la PCI está estrechamente vinculada al desarrollo del "soft power" de las naciones.

El concepto de "soft power" fue desarrollado por Joseph Ney, investigador de la Universidad de Harvard, en la década de 1980. A diferencia del "hard power", que representa la fuerza militar y económica de un país, Joseph Ney sostuvo que el poder blando de un país se basa en tres aspectos: la cultura, los valores políticos y la política exterior. La cultura, uno de los pilares del "soft power", junto con el patrimonio cultural tangible e intangible que representa la "cultura", constituye, junto con el "hard power", el verdadero "Smart Power" de un país (Schreiber, 2017).

El gobierno chino se ha comprometido a construir el poder blando del país en los últimos años, y en la XIX Asamblea Popular Nacional de 2017, el secretario general Xi Jinping pronunció un discurso relacionado con la mejora de la construcción del poder blando cultural de China (Kuo, 2017). Como resultado, China ha aportado por el desarrollo cultural con el tema del "sueño chino" y se ha dado una renovada importancia a la cultura tradicional.

En el marco actual de auge de la cultura tradicional china, gran parte del patrimonio cultural inmaterial (PCI) del país también ha empezado a recibir una renovada atención. Ello en debido a gran parte del patrimonio se ha perdido en el proceso de transmisión, y también hay muchas culturas intangibles preciosas que actualmente se enfrentan a la extinción, aunque la gente quiera salvarlas.

Los grupos de la sociedad civil china¹, han desempeñado un gran papel en la preservación y difusión de PCI. Sin embargo, la escasez de recursos financieros y humanos ha dificultado el desarrollo de estas organizaciones sin ánimo de lucro

¹ La Sociedad Civil China es una forma de organización sin ánimo de lucro en China.

(OSAL). Incluso hay organizaciones que utilizan el nombre de "sin ánimo de lucro" para obtener beneficios. Esto dificulta aún más la transmisión de la cultura china.

En este contexto, los objetivos del trabajo son los siguientes.

1. Comprender el estado actual de desarrollo de patrimonio cultural inmaterial en China.
2. Conocer la situación actual de las organizaciones sin ánimo de lucro que contribuyen al desarrollo del patrimonio cultural inmaterial en China.
3. Identificar los problemas actuales que surgen en la difusión y el desarrollo del patrimonio cultural inmaterial en China.
4. Descubrir los problemas actuales de las organizaciones sin ánimo de lucro pertinentes.
5. Proponer recomendaciones para la difusión y el desarrollo del patrimonio cultural inmaterial y el desarrollo de organizaciones sin ánimo de lucro relacionadas.

1.2 Métodos de investigación

Como metodología de investigación se utiliza una combinación de métodos cuantitativos y cualitativos. En el análisis cuantitativo se optó por enviar cuestionarios en línea en la región de China, y se obtuvo una muestra bien distribuida en términos de edad, nivel educativo y pertenecientes a distintas zonas geográficas. En el análisis cualitativo, se eligieron seis personas que se dedican al trabajo relacionado con el patrimonio cultural inmaterial para ser entrevistadas, y los datos de las entrevistas representan las reflexiones reales de las personas que se dedican al trabajo relacionado, lo que ayuda a la buena ejecución del trabajo.

1.3 Importancia de la investigación

El presente trabajo pretende realizar una contribución al conocimiento del patrimonio cultural inmaterial en China, se puede obtener una comprensión más completa de la situación y los problemas actuales para el mantenimiento desarrollo del dicho patrimonio. En la situación social actual, cómo heredar y desarrollar estos patrimonios culturales inmateriales de una manera mejor y más eficiente es la cuestión principal que este trabajo quiere examinar. Además, mediante la comprensión y el análisis de los datos, este trabajo proporcionará un análisis y una evaluación de los objetivos del desarrollo del patrimonio cultural inmaterial, y propondrá algunas sugerencias y medidas de desarrollo correspondientes basadas en este contenido.

1.4 Estructura del apartado del trabajo

Este trabajo consta principalmente de 7 apartados.

El apartado 1 ofrece una introducción general al texto completo, incluidos los antecedentes, el propósito y los problemas a resolver. El apartado 2 aporta el apoyo teórico para estudiar el status del patrimonio cultural inmaterial en China y el estado de desarrollo de las organizaciones sin fines de lucro relacionadas con él. El apartado 3 revisa principalmente la situación actual, el desarrollo y el valor del patrimonio cultural inmaterial en China. En el apartado 4 se presenta una investigación empírica donde, a partir de un estudio cualitativo y otro cuantitativo se refleja objetivamente el desarrollo actual del patrimonio cultural inmaterial de China y las opiniones del pueblo chino sobre el patrimonio cultural inmaterial. Finalmente, en los apartados 5, 6 y 7 se resumen los resultados del análisis, se realizan sugerencias sobre el desarrollo del patrimonio cultural inmaterial de China y el desarrollo de organizaciones relacionadas con base en el contenido de los dos capítulos anteriores y se indican las limitaciones de la investigación y las perspectivas de futuras investigaciones.

2 Revisión de la literatura

2.1 Patrimonio cultural inmaterial

El término "patrimonio cultural inmaterial" puede entenderse dividiéndolo y explicando que "patrimonio" es algo que se transmite de generación en generación, "cultura" se refiere a valores, tradiciones y percepciones, e "inmaterial" es algo que no se puede tocar. El PCI se considera un "patrimonio vivo", que es la expresión simultánea de la tradición, el presente y la vida, inclusivo y representativo, y parte integrante de la vida de las personas (Canadian Commission for UNESCO , 2019).

El patrimonio cultural inmaterial es un término relativamente nuevo para China. El concepto no entró en China hasta 2004, después de que el país se adhiriera a la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de la UNESCO, y el PCI se introdujo primero en China como un proyecto de cooperación gubernamental, pero pronto se convirtió en un "movimiento social" con amplia participación popular en China. En este "movimiento", el gobierno chino difundió nuevos conceptos culturales, elaboró nuevas leyes y políticas culturales públicas y, como resultado, el concepto de patrimonio cultural inmaterial fue reconocido oficialmente en China (Gao, 2013). La protección del patrimonio cultural inmaterial en China está ahora en pleno apogeo, y ha pasado gradualmente de la protección selectiva de proyectos a la protección integral y sistemática en todo el país, y su protección ha evolucionado desde el arte popular a la producción social, con las disposiciones legales pertinentes (Zhou Xiaomei, Li Yan, 2019).

En cuanto a los tipos de PCI, la Convención para la *Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial* de la UNESCO enumera lo que debe incluir el PCI. Esto se muestra a continuación:

1. Las tradiciones y expresiones orales, incluida la lengua como medio del patrimonio cultural inmaterial.
2. artes escénicas.
3. prácticas sociales, rituales, fiestas y celebraciones
4. conocimientos y prácticas sobre la naturaleza y el universo.
5. artesanía tradicional.

Sin embargo, las categorías de PCI en China se dividen en dos categorías principales basadas en el contenido limitado de la UNESCO, a saber, "expresiones

culturales tradicionales"² y "espacios culturales"³ (Duan, 2019). Según la definición de patrimonio cultural inmaterial de la Ley de *la República Popular China sobre el Patrimonio Cultural Inmaterial*, adoptada por el Comité Permanente de la Undécima Asamblea Popular Nacional de la República Popular China en su Decimonovena Sesión el 25 de febrero de 2011. La Ley define el patrimonio cultural inmaterial de China como:

“Las diversas expresiones culturales tradicionales transmitidas de generación en generación por los pueblos de todos los grupos étnicos y consideradas partes integrantes de su patrimonio cultural, así como los objetos y lugares asociados a las expresiones culturales tradicionales, incluyendo:

1. La literatura oral tradicional y la lengua que le sirve de soporte;
2. Las bellas artes tradicionales, la caligrafía, la música, la danza, la ópera, las artes operísticas y las acrobacias;
3. Las artes y la artesanía tradicionales, la medicina y los calendarios;
4. Rituales tradicionales, fiestas y otro folclore;
5. Deportes y diversiones tradicionales;
6. Otro patrimonio cultural inmaterial.” (El Congreso Nacional del Pueblo de la República Popular de China, 2011)

Además, los investigadores chinos tienen más categorías de ICP, pero sus principales elementos se derivan de la ampliación de las seis categorías anteriores.

El patrimonio cultural inmaterial es un recurso cultural y tiene características folclóricas y tradicionales distintivas, lo que crea una gran atracción de turistas, y, como recurso turístico cultural único, puede aportar grandes beneficios económicos a la sociedad si se diseña y utiliza profesionalmente (Xiaomei Zhou, Li Yan, 2019). A nivel individual, la popularización y difusión de PCI puede mejorar la calidad cultural y el cultivo del pueblo; a nivel de grupo, PCI pueden promover la unidad y la colaboración entre los miembros colectivos del pueblo, especialmente en el rápido

² Hay muchas expresiones culturales tradicionales, como las artes escénicas tradicionales, las actividades folclóricas, los rituales, los festivales, las habilidades artesanales, etc.

³ El espacio cultural es un término común en el proceso de protección del patrimonio cultural inmaterial. Se refiere a un lugar donde se concentran las culturas populares y tradicionales, y también puede entenderse como un tiempo y lugar fijo para actividades específicas. En definitiva, son eventos y espacios naturales conectados por la cultura tradicional.

desarrollo social actual, y las culturas excelentes pueden ayudar a dar forma a la cultura de las ciudades y los pueblos; a nivel nacional, PCI pueden promover la identidad nacional y cultural, lo que es muy beneficioso para el patrón nacional “pluralista” de China. Finalmente, desde una perspectiva global, PCI puede resonar en el mundo y ayudar a fortalecer la influencia cultural de China (Zhao, 2014).

2.2 Las Organizaciones Sin Fines de Lucro en China

Las organizaciones sin ánimo de lucro (OSAL) no tienen una definición precisa y estricta en China. Pueden considerarse como el tercer sector⁴ desde el punto de vista básico del papel de las organizaciones sin ánimo de lucro en la sociedad (Irish, Dongsheng y Simon, 2004). De acuerdo con la situación actual en China, las OSAL chinas tienen tres características: no tienen actividades comerciales, no tienen intención de obtener beneficios y se dedican a actividades públicas o de beneficio mutuo. Existen tres formas jurídicas de OSAL en China: organizaciones sociales, unidades privadas no empresariales o fundaciones (National Bureau of Statistics of China, 2020).

Más del 90% de las OSAL existentes en China se crearon en torno a 1950, mientras que la mayoría de estas organizaciones en todo el mundo se fundaron en los últimos 30 o 40 años (Hall, 1994).

Las OSAL de China tienen sus propias características y un desarrollo histórico diferente. En general, desde la fundación de la República Popular China en 1949, el desarrollo de las organizaciones sin ánimo de lucro en China ha pasado por seis períodos. Estos seis periodos son: el periodo de desarrollo restringido, el periodo de disminución, el periodo de revitalización, el periodo de desarrollo, el periodo de disminución y el período de auge (Washington Institute of China Studies., 2014).

1. Período restringido

El desarrollo del periodo restringido fue de 1949 a 1966, durante el cual el desarrollo de las OSAL fue difícil y lento. Las estadísticas muestran que entre 1949 y 1966 no había más de 100 OSAL en el país, porque durante este periodo el régimen cambió y China quedó bajo el control de un poder estatal muy centralizado. El gobierno investigó las organizaciones civiles y eliminó la mayoría de las organizaciones sin ánimo de lucro, como algunas asociaciones, organizaciones religiosas y varias

⁴ El tercer sector también se conoce como sector del voluntariado. El tercer sector se distingue del primero, que representa al gobierno, y del segundo, que representa a las empresas. La mayor parte del tercer sector es una organización legítima con el objetivo de lograr el bien público, con énfasis en la naturaleza no lucrativa y voluntaria. Por ejemplo, grupos sociales, fundaciones, etc.

organizaciones benéficas. Este enfoque fue diseñado para mantener el nuevo poder político. Durante este periodo, sólo sobrevivieron dos tipos de organizaciones sin ánimo de lucro, el consejo comunitario y los grupos sociales.

En 1950, el Consejo de Estado de la República Popular China promulgó una normativa que regulaba las organizaciones sin ánimo de lucro, denominada Reglamento Provisional sobre el Registro y la Administración de Organizaciones Sociales. (Washington Institute of China Studies., 2014). Este reglamento establece que las organizaciones sociales deben dividirse en cinco grandes categorías: bienestar social, bienestar popular, literatura y artes, religión y académicos. Y todas las organizaciones reconocidas por el gobierno tienen una característica común apoyan y están de acuerdo con las decisiones del Comité Central del Partido Comunista de China (Washington Institute of China Studies., 2014). El primer grupo de organizaciones incluía la Liga Democrática de China, la Sociedad Jiu San, la Asociación de Construcción Democrática de China y otras cinco organizaciones sociales. Estas ocho organizaciones también se han convertido desde hace tiempo en un brazo del sistema administrativo del gobierno, y como tal, el personal de estas organizaciones es pagado por el gobierno.

2. Período de disminución

El periodo comprendido entre 1966 y 1978 fue la década de la Revolución Cultural en China, durante la cual se restringió la mayor parte de la investigación, la creación artística y la transmisión cultural, y no hubo obras culturales y artísticas independientes y libres, ya que todas tenían una finalidad política. Todas las organizaciones sociales tenían prohibida cualquier actividad durante este periodo. La Tabla 1 muestra el número de organizaciones sin ánimo de lucro en China entre 1960 y 1980, y el número de organizaciones sociales no aumentó durante el periodo de esta década de la Revolución Cultural china.

Tabla 1: Número de OSAL en China entre 1960 y 1980

Año	Organizaciones sociales
1960	5,000
1965	6,100
1970	0
1978	0
1980	10,000

Fuente: National Bureau of Statistics of China (2020)

3. Período de revitalización

Este periodo comenzó tras las reformas de 1978. La organización social se reactivó en diversos campos como el arte, la ciencia, la literatura, la tecnología y la filosofía. Las organizaciones religiosas, como el taoísmo, el budismo, los musulmanes y el cristianismo, también revivieron durante este periodo. (Washington Institute of China Studies, 2014).

4. Período de desarrollo

En el periodo de desarrollo comprendido entre 1988 y 1998 se produjo un aumento espectacular del número de organizaciones sociales, y este periodo sentó las bases para el desarrollo de las OSAL en China. Durante este periodo, China se vio influenciada por el movimiento global de democratización y socialización, y el gobierno chino modificó algunas normativas restrictivas sobre la gestión de las organizaciones sociales. En 1988, el departamento de asuntos civiles publicó las Medidas para la Administración de Fundaciones, que definían claramente la gestión de las organizaciones sociales (Washington Institute of China Studies, 2014).

5. El periodo de crisis

Para las OSAL organizadas, el gobierno chino adoptó una serie de normas, leyes y reglamentos. En 1998, el gobierno revisó el Reglamento de Registro y Administración de Organizaciones Sociales y, ese mismo año, adoptó el Reglamento de Registro y Administración de Organizaciones sin Ánimo de Lucro (Washington Institute of China Studies, 2014). Estas normas obligaban a las organizaciones sociales a volver a registrarse, por lo que entre 1997 y 2001 desaparecieron varias organizaciones por no cumplir los requisitos de la normativa correspondiente, como se muestra en La Tabla 2.

Tabla 2: Número de OSAL en China entre 1997 y 2001

Año	Organizaciones sociales
1997	181,318
1998	165,600
1999	136,764
2000	130,668
2001	128,805

Fuente: National Bureau of Statistics of China (2020)

6. Período de desarrollo rápido

Desde 2001, las organizaciones sociales han crecido rápidamente. La economía de mercado desempeña un papel importante en el sistema económico actual, que ha

fomentado la creación de organizaciones sociales. Según el Anuario Estadístico de China 2020, en 2019 había casi 860.000 organizaciones sociales en China (Oficina Nacional de Estadísticas de China, 2020).

La Tabla 3 muestra el aumento del número de instituciones sin fines de lucro en China. De 2009 a 2019, el número de organizaciones sociales, OSAL y fundaciones ha mantenido un crecimiento constante. Se puede observar que el número de OSAL ha aumentado más en los últimos años.

Tabla 3: Número de OSAL en China de 2009 a 2019

Año Regió	Número de instituciones (unidad)	Organización social	Unidades no empresariales gestionadas por ONG	Organización de fondos
2009	431,069	238,747	190,479	1,843
2010	445,631	245,256	198,175	2,200
2011	461,971	254,969	204,388	2,614
2012	499,268	271,131	225,108	3,029
2013	547,245	289,026	254,670	3,549
2014	606,048	309,736	292,195	4,117
2015	662,425	328,500	329,141	4,784
2016	702,405	335,932	360,914	5,559
2017	761,539	354,794	400,438	6,307
2018	817,360	366,234	444,092	7,034
2019	866,335	371,638	487,112	7,585

Fuente: National Bureau of Statistics of China (2020)

El gobierno chino está dispuesto a promover las artes y la cultura en China, a las que se asocia gran parte del PCI del país. La Tabla 4 ofrece datos sobre el gasto público nacional en arte, cultura, deportes y medios de comunicación. Estos datos de muestran que el gobierno apoya y fomenta cada vez más el desarrollo de las artes y la cultura.

Tabla 4: Gasto público nacional en arte, cultura, deportes y medios de comunicación (100 million yuan)

Año	Administración Central	Administración local	Gasto de la Administración Nacional
2011	188.72	1,704.64	1,893.36
2012	193.56	2,074.79	2,268.35
2013	204.45	2,339.94	2,544.39
2014	223.00	2,468.48	2,691.48
2015	271.99	2,804.65	3,076.64
2016	247.95	2,915.13	3,163.08
2017	270.92	3,121.01	3,391.93
2018	281.13	3,256.73	3,537.86
2019	308.84	3,777.47	4,086.31

Fuente: National Bureau of Statistics of China (2020)

La Tabla 5 muestra el número de instituciones artísticas y culturales en China en los últimos diez años, ya que la difusión y protección del PCI sólo puede hacerse a través de estas instituciones artísticas y culturales debido a la gran base de

población de China. La tabla muestra un aumento constante del número de estas instituciones.

Tabla 5: Número de instituciones artísticas y culturales en China de 2011 a 2019

Año	Nº de instituciones artísticas y culturales (unidad)
2011	43,675
2012	43,876
2013	44,260
2014	44,423
2015	44,291
2016	44,497
2017	44,521
2018	44,464
2019	44,073

Fuente: National Bureau of Statistics of China (2020)

En resumen, la función clave de las OSAL es llevar a cabo diferentes tipos de bienestar público; El estatus social de esas OSAL es construir un vehículo que pueda conectar al gobierno y al público social (Duan, 2010). El gobierno de China tiene una nueva actitud hacia los sectores de las OSAL, el gobierno necesita esos recursos, información y conocimiento profesional de las OSAL, que pueden ayudar al gobierno a mejorar el cumplimiento político (Jing, 2015).

China tiene una gran base de población y la protección del patrimonio cultural inmaterial no puede extenderse con éxito a toda la población, sino es a través de las OSAL. Los grupos cívicos chinos tienen una buena base de masas y por lo que estos grupos cívicos son importantes para la preservación y difusión del PCI en China.

3. Patrimonio cultural inmaterial de China

3.1 Estado de desarrollo actual

El estado actual de desarrollo del patrimonio cultural inmaterial en China puede analizarse desde varios aspectos: político, económico, social, científico y tecnológico, demográfico y regional. La importancia que China concede a la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial queda bien reflejada en las diferentes acciones que ha llevado a cabo en distintos ámbitos desde que inició sus amplios esfuerzos de salvaguardia.

3.1.1 Análisis de políticas

El gobierno chino siempre ha estado comprometido con la difusión y el desarrollo del patrimonio cultural chino. Ya en 2005, la Oficina General del Consejo de Estado de China emitió las "Opiniones sobre el fortalecimiento de la protección del patrimonio cultural inmaterial nacional" y pidió a todos los niveles de gobierno y al público que comprendieran plenamente la importancia y la urgencia de la protección del patrimonio cultural inmaterial y que lo protegieran (Oficina General de la Comisión Nacional de Desarrollo Actual). General de la Comisión Nacional de Desarrollo y Reforma de la República Popular China, 2005). El gobierno también debe establecer un sistema de inventario exhaustivo del patrimonio cultural y crear un sistema de protección de los mismos.

Desde 2006, China celebra el Día del Patrimonio Cultural el segundo sábado de junio. En 2017, la fiesta pasó a llamarse Día del Patrimonio Cultural y Natural. Con el fin de aumentar la confianza cultural del público, China comunica constantemente el PCI de China al público a través de exposiciones, actuaciones, conferencias y foros, así como programas de medios de comunicación y televisión. Además, el gobierno chino se ha comprometido a establecer una red para la protección del PCI, y a finales de 2018, China había establecido una red nacional de 2.467 instituciones y 17.308 personas para la protección del PCI, que tiene su propio fondo especial asignado por el gobierno central, con un informe que indica que el fondo alcanzó los 200 millones de RMB en 2018 (Xinhua, 2019).

3.1.2 Análisis económico

Aunque en 2019 China se enfrentó a muchos retos, como la contienda de las negociaciones de los aranceles comerciales entre Estados Unidos y China, así como cuestiones como las diferencias entre ambos países en el ámbito de la tecnología, que han afectado en cierta medida a los mercados financieros, en 2020 las tendencias económicas de China eran muy buenas, y cabe mencionar que el

consumo interno se ha convertido en el principal motor del desarrollo económico del país (Orr, 2019). Además, el ritmo general de crecimiento del consumo en China ha ido incrementándose; hace una década, la mayoría de los habitantes de las ciudades tenían suficiente dinero para cubrir sus necesidades básicas, y el 92% de los hogares tenían una renta disponible inferior a 140.000 RMB al año. Pero ahora más de la mitad vive en hogares relativamente acomodados con ingresos anuales disponibles de 140.000 a 300.000 (Ho, Poh, Zhou, Zipser, 2019). El importante crecimiento del grupo de clase media de China ha permitido al pueblo chino poner más énfasis en la búsqueda de la calidad de vida y la cultura espiritual, y aumentar su gasto en cultura y arte.

3.1.3 Análisis social

En las últimas décadas, el pueblo chino ha descuidado la importancia de la cultura tradicional mientras perseguía un alto nivel de vida, hasta que en los últimos años el acto de promover la cultura y el arte se ha hecho cada vez más popular. En el "Embracing Tradition in Digital Life --- 2019 Digital New Youth Research Report" publicado en la 4ª Cumbre de Tencent en 2019, se reveló que casi el 90% de los jóvenes tienen un gran interés en la cultura tradicional (Guo, 2019).

En los últimos años ha surgido en China la "China-Chic"⁵. Se trata de una buena tendencia sociocultural, que representa la creciente confianza en la marca y la cultura de China, así como una prueba de la mayor conciencia de la cultura local entre los principales grupos de consumidores de China (Li, 2021).

3.1.4 Análisis técnico

El desarrollo de la tecnología innova constantemente la forma de pensar y el mundo espiritual de los seres humanos, y también da soporte creativo y tecnológico al desarrollo cultural. El desarrollo cultural de China se difunde de manera más eficiente con el papel de la tecnología (Sui, 2019). Por ejemplo, la tecnología de la imagen digital se utilizó en la Exposición Universal de Shanghai de 2010 para convertir la antigua pintura china *Qingming Shanghe Tu* en una imagen en movimiento. Esto atrajo a más personas que querían aprender más sobre la cultura china.

Sin embargo, en la actualidad existen algunos problemas con la integración de la cultura y la tecnología en China, como la falta de creatividad en los productos

⁵ El término "China-Chic" se refiere a los productos que fusionan los elementos culturales tradicionales chinos con las tendencias de la moda, y abarca desde la ropa, los cosméticos, los artículos de papelería e incluso el embalaje exterior de diversos productos.

culturales, la incapacidad para estimular adecuadamente la innovación tecnológica y el hecho de que el sistema de desarrollo tecnológico aún debe ser mejorado (Sui, 2019). En agosto de 2019, el Ministerio de Ciencia y Tecnología publicó la Guía para promover la integración profunda de la cultura y la ciencia y la tecnología, que señala la integración profunda de la cultura y la ciencia y la tecnología. Así, el desarrollo actual de la ciencia y la tecnología en China, especialmente en el campo de la cultura y el arte, tiene buenas perspectivas de desarrollo.

3.1.5 Análisis de población y región

China tiene actualmente 56 grupos étnicos y es un país multiétnico. Sin embargo, el concepto de etnia en China es muy inclusivo. El gobierno chino concede gran importancia a la visión "pluralista" de la etnicidad, y el 27 de septiembre de 2019, cuando el secretario general Xi Jinping asistió a la Conferencia Nacional sobre la Unidad Nacional y el Progreso, hizo una declaración sobre la adhesión a la dirección del desarrollo de la cultura étnica "pluralista", por puso el mantenimiento de la unidad nacional y la unidad nacional como el mayor interés de todos los grupos étnicos (Wang, 2019).

Por lo tanto, la cultura china es muy inclusiva, y en la era de la sociedad de la información, la ideología y la cultura de China están entrando de nuevo en un período de prosperidad, que es útil para la difusión y el desarrollo de la cultura (Han, 2014).

3.2 El valor social del patrimonio cultural inmaterial en China

Hay tres juicios de valor principales para el patrimonio cultural inmaterial: valor estético, valor social y valor académico. La orientación del juicio de valor estético es resolver el problema de la belleza y la fealdad, pero la mayor parte del patrimonio cultural inmaterial es arte popular, y no existe una norma de evaluación estética objetiva. El valor académico se dirige principalmente a la investigación académica, y a través del estudio de cierto patrimonio cultural inmaterial, puede ser posible resolver algunas cuestiones académicas pendientes, por ejemplo, alguna música transmitida en el folclore puede ser música que se ha perdido en los materiales de los libros, lo que es útil para la investigación académica. Pero todos estos valores anteriores, tienen valor social, porque el valor social considera la contribución del patrimonio cultural inmaterial al desarrollo de la sociedad y la construcción cultural. Por ello, esta sección se centra en el análisis de los valores del patrimonio cultural inmaterial, que incluyen el valor histórico, el valor cultural, el valor cognitivo científico, el valor político y el valor educativo.

1. Valor histórico

No cabe duda de que China tiene una larga historia y un proceso completo de desarrollo cultural. El patrimonio cultural inmaterial de China se ha transmitido de generación en generación en la cultura del pueblo chino. Gran parte del PCI se ha transmitido de una generación a otra en el folclore chino, "de boca en boca", sin registros escritos claros, y sólo a través de maestros a alumnos o de padres a hijos. Por tanto, el PCI de China es rico en valor histórico y, en cierta medida, complementa la información histórica conocida. Permite comprender mejor la historia y la cultura.

Sin embargo, debido a esta enseñanza "cara a cara", se pierde mucha cultura en el proceso de transmisión, lo que constituye una de las razones importantes por las que el actual gobierno chino concede gran importancia a la documentación y difusión del PCI.

2. Valor cultural

El patrimonio es ante todo un fenómeno cultural, y desde la perspectiva macro de la génesis cultural, cualquier tipo de patrimonio como fenómeno cultural es creado por una determinada persona o un determinado grupo de personas en una etapa histórica concreta, por lo que el valor intrínseco del patrimonio contiene factores históricos y culturales (Shi, Abibullah, 2012). El patrimonio cultural inmaterial de China es, en cierta medida, un conjunto de cultura popular y arte popular, y la preservación de estas culturas en China es un proyecto que se lleva a cabo a través de los movimientos sociales, y asimismo, estos contenidos culturales siguen influyendo en la sociedad china (Gao, 2013). Así, el PCI ha generado un gran valor cultural en China, sobre todo en forma de cambio de los valores dominantes de la sociedad en su conjunto. La cultura tradicional china experimentó muchos rechazos desde mediados del siglo XIX hasta mediados o finales del siglo XX, ya que la "invasión" de la cultura mundial chocó con la cultura tradicional china e interfirió con el pensamiento dominante, que es, por supuesto, un proceso esencial de integración cultural.

La sociedad china actual tiene una actitud más objetiva hacia la cultura tradicional, y la gente cree que la cultura se difunde en la vida, y la cultura también proviene de la vida (Gao, 2013). Por ello, los valores culturales generados por PCI se reflejan con mayor frecuencia en la vida cotidiana. Por ejemplo, la moda de "tendencia nacional" mencionada anteriormente es una manifestación de valor cultural.

3. Valor político

La mayor parte del patrimonio cultural inmaterial de China forma parte de la cultura tradicional que se ha transmitido en el país durante muchos años, y el desarrollo de esta cultura tradicional es una de las direcciones para que el país mejore su "poder blando". Desde una perspectiva nacional, una buena cultura tradicional puede promover la identidad nacional y cultural (Zhao, 2014). Como China es un país multiétnico, es muy importante promover la unidad entre los grupos étnicos a través de la identidad cultural y étnica. Asimismo, un excelente PCI puede resonar en el mundo, aumentando así la influencia cultural de China. En términos políticos, la actual política china de "Un cinturón, una ruta" incluye una gran cantidad de intercambios culturales. La interacción cultural con otros países es también una de las herramientas diplomáticas de China, por ejemplo, a través de la creación de Institutos Confucio para promover los intercambios culturales y mejorar el desarrollo y la promoción del patrimonio cultural, construyendo así una buena imagen cultural y aumentando la influencia de la cultura china (Zhao, 2014).

4. Valor cognitivo científico

La cultura tradicional china se ha desarrollado durante un largo período de tiempo, y la cultura de la ciencia y la tecnología es notable en la antigua China, por ejemplo, los cuatro grandes inventos de la antigua China (incluyendo la pólvora, la brújula, la fabricación de papel y la impresión) proporcionaron la base para la continuación de las civilizaciones posteriores. Aunque la mayoría de las opiniones actuales sostienen que la cultura tradicional no influyó directamente en el desarrollo de la ciencia y la tecnología, los conceptos culturales tradicionales chinos influyeron, sin embargo, en el espíritu de la investigación científica. Se trata de una influencia positiva, ya que el antiguo dicho chino "El cielo es saludable, y un caballero nunca se duerme en los laureles", apoya un espíritu de exploración de lo desconocido. Además, algunas de las habilidades tradicionales reflejan la sabiduría de los antiguos, lo que se denomina "artesanía" en la China contemporánea, y esto sirve de inspiración para algunos de los diseños actuales.

5. Valor educativo

Gran parte del patrimonio cultural inmaterial de China se ha perdido debido a las limitaciones del modo de transmisión de la cultura tradicional. Pero con el actual énfasis en el patrimonio cultural inmaterial de China, cada vez más gente quiere transmitir estas culturas excepcionales a la siguiente generación. Ya en 2007,

algunas escuelas locales diseñaron programas para introducir el patrimonio cultural inmaterial en las actividades escolares y han llevado a cabo actividades relacionadas con él en varias ocasiones. Desde 2011 han sido continuas las propuestas de los miembros de la Conferencia Consultiva Política del Pueblo Chino (CCPPC) para combinar la difusión del patrimonio cultural inmaterial con los programas escolares para garantizar el desarrollo continuo de estas culturas. En septiembre de 2020, en una carta del Ministerio de Cultura y Turismo de China en respuesta a la propuesta nº 0979 (nº 050 en la categoría de propaganda cultural) de la tercera sesión del 13º Comité Nacional de la CCPPC, se afirmaba que:

"...trabjará con el Ministerio de Educación para apoyar a las localidades en la incorporación de elementos representativos del no-patrimonio en los planes de estudio especiales de las escuelas primarias y secundarias... apoyará a los portadores del no-patrimonio para que vayan a las escuelas a realizar actividades de exhibición y exposición o participen en la enseñanza, sensibilizará continuamente a los jóvenes sobre el no-patrimonio y la importancia de su protección, y se esforzará por desempeñar un papel positivo en el desarrollo saludable del no-patrimonio entre los jóvenes...". (Departamento de Patrimonio Cultural Inmaterial, Ministerio de Cultura y Turismo, 2020).

3.3 El valor económico del patrimonio cultural inmaterial en China

1. Valor turístico

Como recurso importante, el patrimonio cultural inmaterial tiene un alto valor turístico, y su desarrollo turístico moderado ayuda a promover la cultura tradicional nacional y favorece la herencia y la protección del PCI (Zhou, Li, 2019). El PCI de China tiene fuertes características folclóricas y regionales, lo que constituye un recurso turístico cultural único. Puede atraer eficazmente a los turistas para que visiten, experimenten y compren, al tiempo que atrae a un gran número de productores y artistas. Juntos, los turistas y los artistas alimentan un mercado cultural con características regionales, y el PCI con características regionales se convierte en una de las marcas de la ciudad, que mejora la visibilidad de la ciudad e impulsa su desarrollo económico.

2. Valor del empleo

Basándose en el valor turístico y económico del patrimonio cultural inmaterial, el desarrollo del mercado del turismo cultural relacionado requiere una gran cantidad de mano de obra. Esto no sólo implica a los artistas y representantes de los ámbitos artísticos y culturales pertinentes, sino también al sector de los servicios. Por tanto,

el desarrollo del PCI puede resolver parte del problema del empleo y tiene cierto valor laboral.

4. Estudio empírico sobre el estado actual del patrimonio cultural inmaterial en China

4.1 Objetivos de la investigación

En el presente trabajo se lleva a cabo una investigación empírica que persigue dos objetivos fundamentales:

1. Conocer la percepción de los gestores sobre la situación actual del PCI y el desarrollo de las OSAL en China. En concreto, se pretende averiguar cuáles son las dificultades que encuentran para dar continuidad a ciertas actividades y las medidas que serían necesarias para fomentar la difusión del PCI.
2. Comprender la percepción actual del público chino sobre el concepto de patrimonio cultural inmaterial y folclore tradicional. Este objetivo implica el conocimiento de los comportamientos de la sociedad (participación activa, difusión, etc.) y de las actitudes frente al PCI.

4.2 Metodología de la investigación

Para dar respuesta al primer objetivo de la investigación, se eligió un método de análisis cualitativo. En el proceso de investigación, se realizaron entrevistas a personas que trabajan en campos relacionados con el patrimonio cultural inmaterial, a personas que poseen un determinado recurso del patrimonio cultural inmaterial y a personas que se dedican a industrias comerciales relacionadas. Las preguntas de la entrevista se centraron en las evaluaciones y percepciones subjetivas de los entrevistados sobre el estado actual de desarrollo del patrimonio cultural inmaterial en China. Las preguntas abarcaban los siguientes temas:

1. Las dificultades actuales para la continuación y el desarrollo del patrimonio cultural inmaterial.
2. Las direcciones en las que debe centrarse el desarrollo.
3. Iniciativas gubernamentales pertinentes que serían útiles para la difusión del PCI.
4. El valor que puede crear el patrimonio cultural inmaterial y su lugar en el desarrollo de la sociedad
5. La contribución de la sociedad civil (OSAL) a la difusión del patrimonio cultural inmaterial.
6. Las mejores formas de difundir el PCI.

Los seis aspectos anteriores abarcan básicamente los problemas que pueden

encontrarse en el actual proceso de difusión del patrimonio cultural inmaterial en China.

Para el objetivo 2 de la investigación se optó por un análisis cuantitativo. Para dar una respuesta más completa a la percepción que el público tiene del patrimonio cultural inmaterial, se desarrollaron dos cuestionarios. El primer cuestionario se centraba en las percepciones y opiniones de la gente sobre el concepto de patrimonio cultural inmaterial, mientras que el segundo cuestionario recogía las opiniones y actitudes de la gente hacia el folclore tradicional de la sección de folclore de los festivales que la gente conoce mejor, como respuesta a las opiniones de la gente sobre la cultura tradicional y el PCI. Los detalles de los cuestionarios figuran en el anexo 2.

4.3 Recogida de los datos

Para este trabajo se han utilizado dos fuentes de datos. Por una parte, los datos secundarios a través de Internet, revisión de la literatura y plataformas de datos oficiales que se han comentado en los apartados anteriores. Por una parte, como ya se ha indicado, los datos primarios obtenidos a través de entrevistas y cuestionarios. A continuación se explica la recogida de datos primarios mediante entrevistas y cuestionarios.

4.3.1 Entrevistas en profundidad

Las entrevistas comenzaron a finales de febrero de 2021 y tardaron un mes y medio en completarse en su totalidad. Las entrevistas se realizaron a través de videoentrevistas en línea o llamadas telefónicas grabadas con la siguiente información de los entrevistados:

Tabla 6: Información para los entrevistados

	Nombre	Puesto	Empresa
1	Wang Xiandong	Jefe de la Sociedad	Sociedad de Investigación del Guqin de Anyang
2	Wu Zhiying	Profesor de Arte	Escuela Superior de la Zona de Desarrollo, Anyang, Henan
3	Huang Yanyong	Representantes de la artesanía tradicional	Autónomo
4	Pei Yunpeng	Representantes de la artesanía tradicional	Autónomo
5	Qiu Pengdong	Profesional de la medicina china	Hospital Chino de Henan
6	Fan Xujie	Director de hotel	Hotel Wanhui
7	Guo Zhanbiao	Jefe de la Agencia de Viajes	Henan China Travel Service Co.

Se entrevistó a un total de siete personas, principalmente profesionales del ámbito de la cultura y las artes chinas que llevan mucho tiempo dedicados a la investigación, difusión y gestión del patrimonio cultural inmaterial. Entre ellos se encuentran artistas del corte de papel, artistas de la música tradicional, investigadores de la medicina tradicional china, artistas de la pintura de paja, artistas de la artesanía de botones de plato tradicional y dos gestores dedicados a proyectos empresariales relacionados con el patrimonio cultural inmaterial.

El primer entrevistado fue el Sr. Wang Xian Dong, que trabaja en el ámbito del arte y la cultura desde el año 2000, centrándose en la producción e investigación del guqin, un instrumento musical tradicional chino. Es representante del patrimonio cultural inmaterial de la artesanía del guqin y también es miembro de la Asociación de Calígrafos de China y de la Asociación de Investigación del Guqin de Henan. En 2016, fundó la Sociedad de Investigación del Guqin de Anyang (una organización sin ánimo de lucro dedicada al estudio del instrumento tradicional chino "guqin"). El Sr. Wang respondió a todas las preguntas de la entrevista y señaló la situación actual y los problemas de la difusión del PCI desde su propia perspectiva, lo que resulta muy útil para la investigación.

La segunda entrevistada fue la Sra. Wu Zhiying, representante del patrimonio cultural inmaterial en el arte del recorte de papel, que actualmente enseña arte en la escuela secundaria. Está en primera línea de la difusión de la cultura y está en constante comunicación con estudiantes y amantes de la cultura en su vida diaria. Desde un punto de vista objetivo y realista, evalúa los problemas actuales que surgen en la difusión del patrimonio cultural inmaterial de China, especialmente para la popularización de la cultura y el arte entre los jóvenes. Esta información es muy valiosa.

El tercer y cuarto entrevistados son dos distinguidos artistas populares. El Sr. Huang Yangyong domina una técnica popular de pintura con paja. El otro, el Sr. Pei Yunpeng, es un artista del arte tradicional chino de enrollar botones. Ambos tienen sus propios estudios privados y son representantes del patrimonio cultural inmaterial. Responden a estas preguntas desde una perspectiva más realista, sus puntos de vista se basan en la difusión entre el público en general, y las preguntas que responden están más sesgadas hacia la aceptación social de la cultura. Estas perspectivas me resultaron muy útiles en mi estudio de las percepciones del público en general sobre el patrimonio cultural inmaterial.

El quinto entrevistado es Qiu Pengdong, practicante de Médico del Trabajo en

Medicina China, experto en ciencias de la salud y sucesor de la 59ª generación del patrimonio cultural inmaterial chino "El juego de los cinco animales de Hua Tuo". Hua Tuo fue un médico muy famoso en la antigua China y el "progenitor" de la investigación quirúrgica en la medicina china, del que se dice que produjo el contenido relacionado con la craneotomía ya en la dinastía Han oriental (25-220 d.C.). Además de su trabajo, el Dr. Qiu siguió difundiendo los métodos de cuidado de la salud transmitidos por la antigua medicina china, como el qigong. Así, entró en contacto con un gran número de personas de a pie y entusiastas de la cultura, todos ellos con la aspiración común de estar más sanos. Por lo tanto, parte de la información proporcionada por el Dr. Qiu fue muy útil para mi investigación.

El sexto entrevistado es Fan Xujie, que dirige un gran hotel, y su hotel se dedica a negocios relacionados con la cocina tradicional desde 2019. Al mismo tiempo que difunde la cultura alimentaria, también ha unido a una parte de las personas que se dedican a las técnicas culinarias tradicionales, y estas personas son también representantes del patrimonio cultural inmaterial en ámbitos relacionados. Se dedica a la difusión del patrimonio cultural inmaterial, no sólo de la cultura alimentaria sino también de la artesanía tradicional. Analizó la situación actual de la difusión de la PCI desde una perspectiva más comercial e hizo algunas observaciones valiosas.

El séptimo entrevistado es Guo Zhanbiao, director de Henan China Travel, que actualmente dirige un proyecto que combina el patrimonio cultural inmaterial y el turismo. Este proyecto está actualmente a la espera de la revisión y aprobación del gobierno. En el transcurso de su entrevista, analizó los obstáculos actuales de la difusión del patrimonio cultural inmaterial desde la perspectiva de un proyecto comercial y contó los problemas que encontró en el proceso de producción de este proyecto. Estas perspectivas interesantes y únicas son muy útiles para la investigación.

4.3.2 Encuesta a ciudadanos chinos

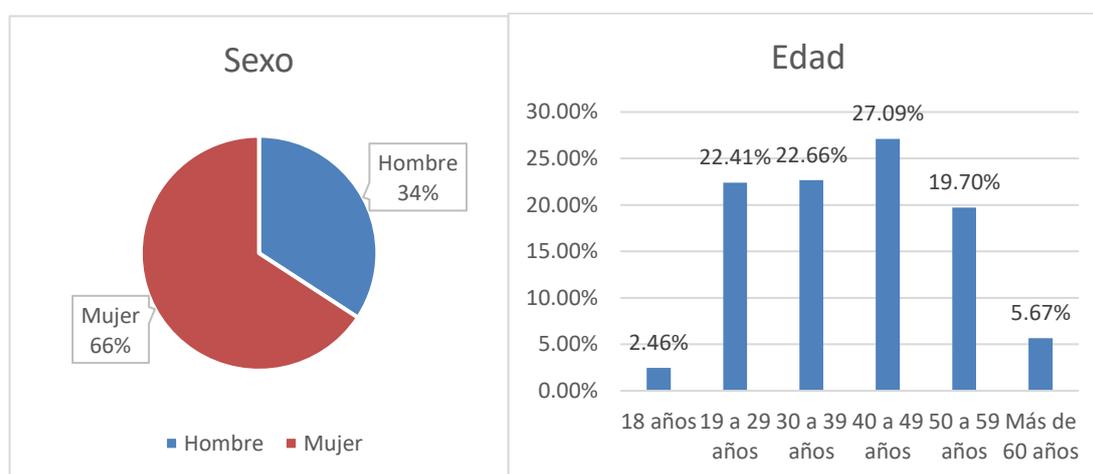
1. Estudio 1

El estudio 1 comenzó el 10 de abril y duró 1 mes, con cuestionarios enviados en línea a través de Internet. Se distribuyeron los cuestionarios por toda China con la ayuda de amigos, y aunque se cubrieron diferentes regiones, más de la mitad de los cuestionarios procedían de China central debido a la limitación del círculo de amigos.

Sin embargo, existe una gran cantidad de valioso patrimonio cultural inmaterial chino en la región. Se recibieron un total de 406 respuestas para el estudio.¹ Según el análisis de la recogida de cuestionarios, participaron en la encuesta el 18,96% de los encuestados de las principales ciudades de primer nivel y superiores, el 69,21% de los encuestados de las ciudades pequeñas y medianas y el 9,61% de los encuestados de los pueblos rurales, además del 2,22% de los chinos de ultramar. De estos encuestados, el 24,87% tenía menos de 29 años, el 49,75% tenía entre 30 y 49 años y el 25,37% tenía más de 50 años. Básicamente, se cubrieron todos los grupos de edad y las principales regiones de China.

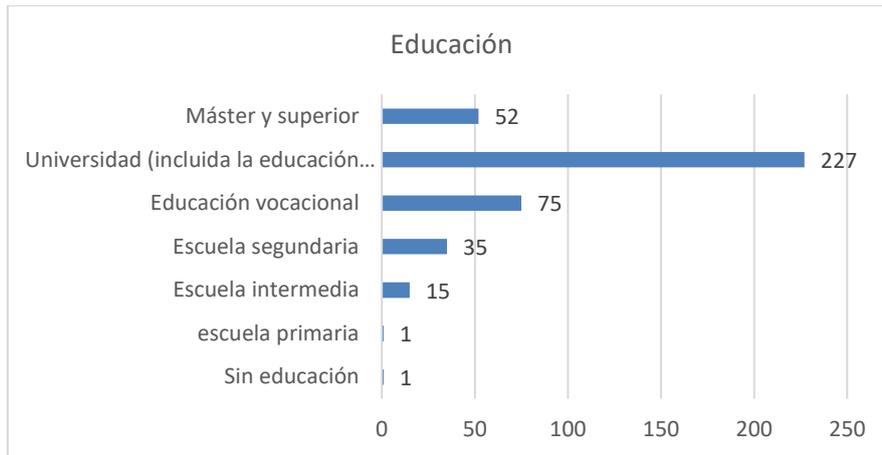
A continuación, figuran algunos datos básicos sobre los encuestados, como el sexo, la edad, el nivel educativo, las creencias religiosas y la región.

Gráfico 1



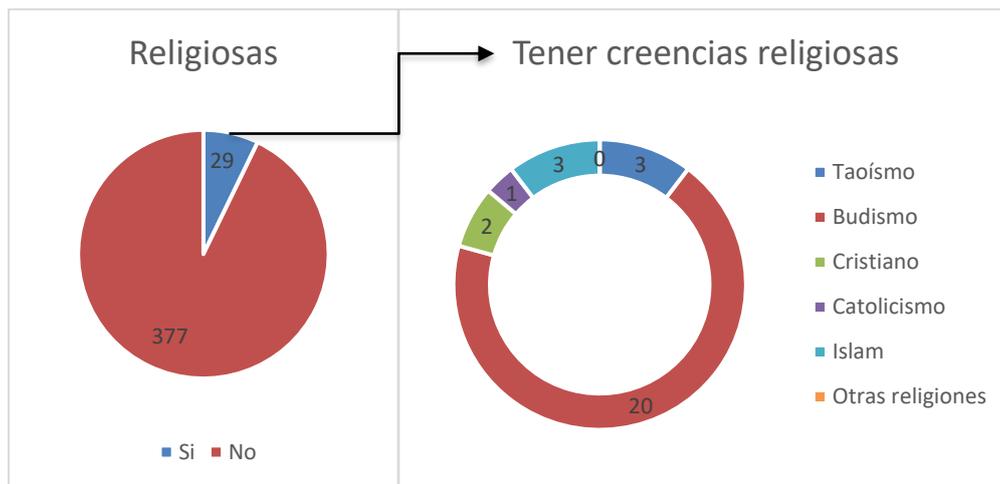
De los 406 encuestados, el 34% eran hombres y el 66% mujeres, con una distribución de la edad principalmente entre los 19 y los 59 años, y sólo un 8% eran menores de 18 años y mayores de 60. Esto se debe a que los datos se distribuyeron en línea a través de un software de redes sociales, por lo que existen limitaciones en cuanto al género y la edad de los encuestados.

Gráfico 2



En gráfico 8, la mayoría de los encuestados tenían un nivel de estudios universitario o superior; sólo 125 personas tenían un nivel de estudios inferior al de la enseñanza secundaria y 2 personas un nivel inferior al de la enseñanza primaria.

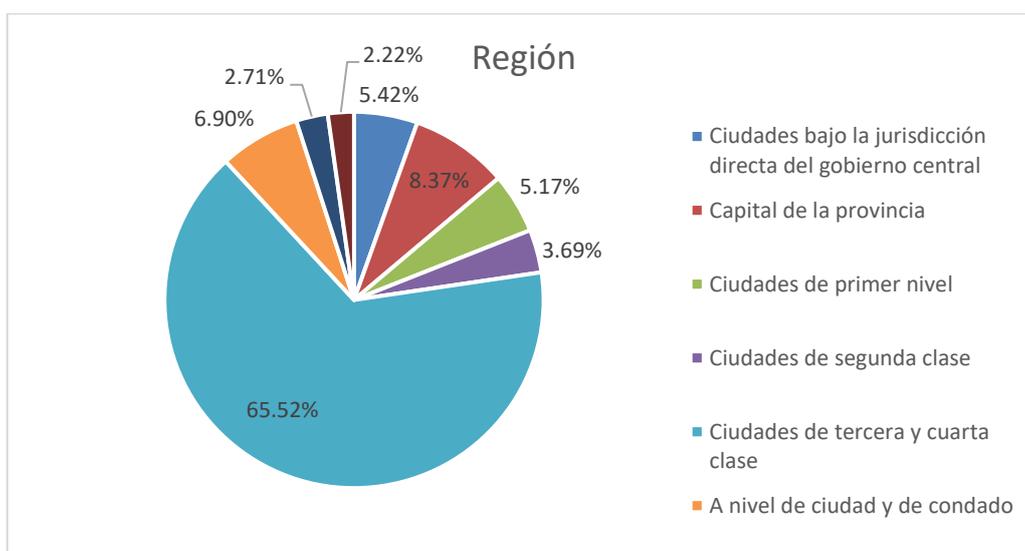
Gráfico 3



China es un país socialista de partido único y la mayoría de la gente es materialista bajo la influencia del Partido Comunista Chino, por lo que la mayoría no tiene creencias religiosas. Además, los chinos veneran a Confucio y el confucianismo, que es la esencia de la cultura china heredada durante miles de años y que ha penetrado en las costumbres, el código moral y la forma de pensar de los chinos, que es un soporte espiritual no religioso. En comparación, hay muy pocas personas que sean religiosas, de 406 encuestados, sólo 29 tienen creencias religiosas, de las cuales 20 envuelven el budismo, 3 siguen el taoísmo, el islam tiene 3, y el cristianismo, el catolicismo y otras religiones tienen 3 en total. Esto se debe a que el budismo está relativamente bien desarrollado en China desde que se introdujo en el país durante la dinastía Han oriental (alrededor del 64-67 d.C.), donde tiene una nueva mezcla de

enseñanzas culturales autóctonas y, por tanto, es más venerado. Aunque el taoísmo es una religión autóctona de China, está muy centrada en la transmisión. El taoísmo tiene su propio método de práctica y es más exigente con sus seguidores, por lo que el taoísmo no tiene tantos seguidores como el budismo. China es un país multiétnico y hay algunas minorías étnicas en China que siguen el Islam, por lo que hay algunos seguidores del Islam en China. El catolicismo y el cristianismo, como representantes de las religiones occidentales, llevan menos tiempo introducidos en China y existen ciertas diferencias culturales, por lo que el número de creyentes es reducido.

Gráfico 4



En China hay 34 provincias, municipios y regiones autónomas, por lo que la información recogida en el cuestionario para las regiones se basa en el nivel y la clase de desarrollo urbano. De los 406 encuestados, el 65,52% procedía de las ciudades de tercer y cuarto nivel, que son ciudades de desarrollo medio. Los encuestados de las ciudades de alto nivel de desarrollo constituyen el 24,87% y el 9,61% restante se encuentra en pueblos y ciudades pequeñas por debajo de las ciudades. En general, la distribución urbana de los encuestados es relativamente razonable.

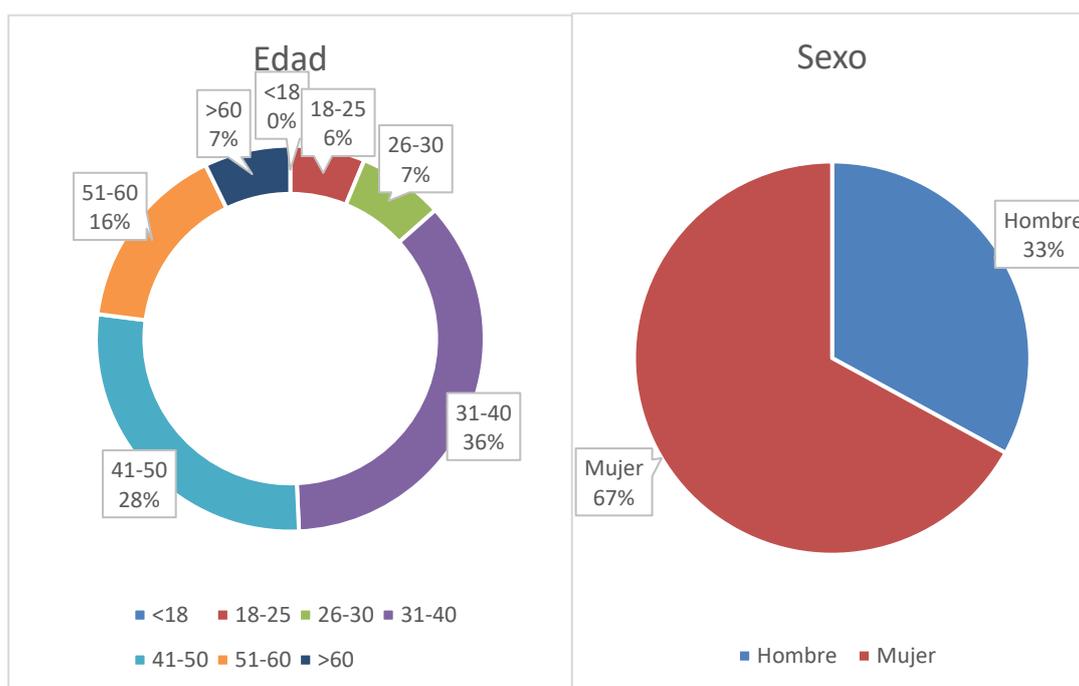
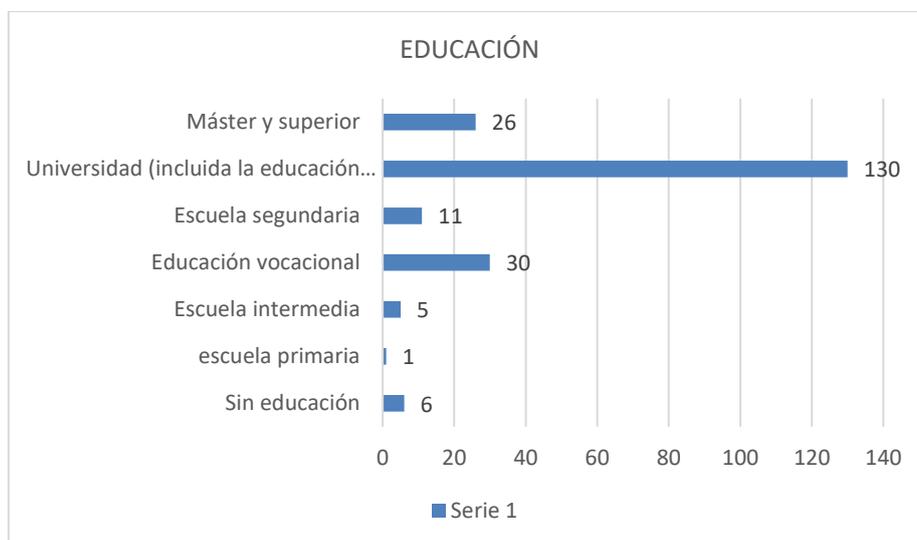
2. Estudio 2

El estudio 2 comenzó el 15 de mayo y duró 18 días, con 209 respuestas recogidas. El cuestionario se administró de la misma manera que en el Estudio 1. Sin embargo, los encuestados se encontraban en su mayoría en pequeñas ciudades del centro de China, que generalmente tienen sus propias características culturales y la gente

tendrá una visión más objetiva y conservadora de la cultura tradicional.

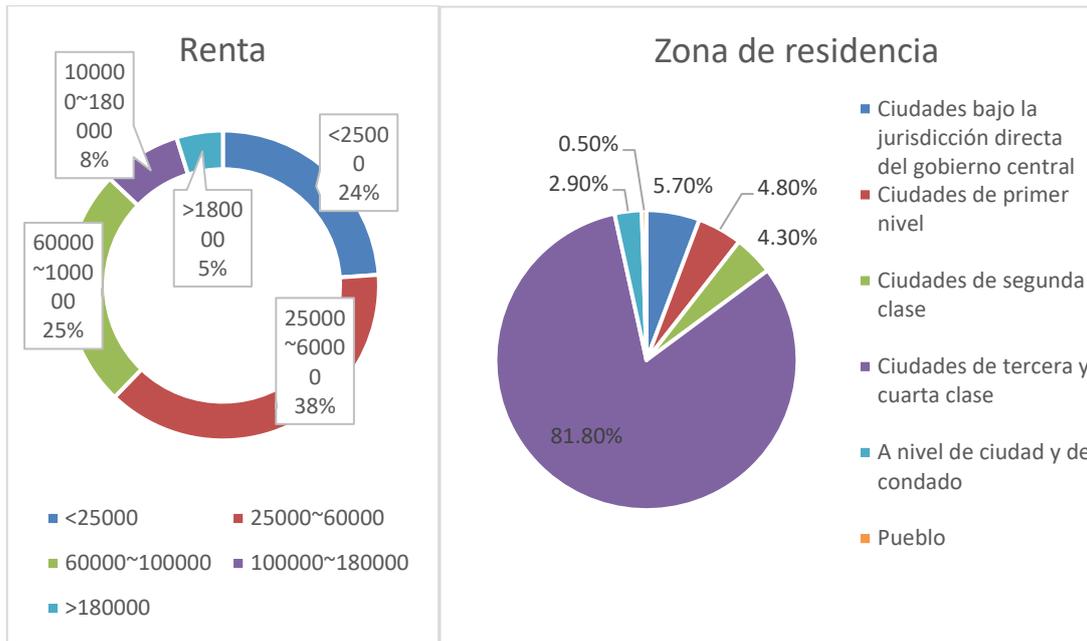
A continuación se describen las características de la muestra.

Gráfico 5



En la información básica del Estudio 2, la mayoría de los encuestados tenían estudios universitarios o superiores, ya que este segmento representa el 74,64% del total de los encuestados. La edad y el género siguen siendo más femeninos que masculinos, y la mayoría de las edades se agrupan entre los 20 y los 50 años, una distribución de edad relativamente uniforme, aunque no hubo ningún encuestado menor de 18 años en el Estudio 2.

Gráfico 6



En el Estudio 2, el mayor número de personas, el 38% del total, tenía ingresos anuales entre 25.000 y 60.000 RMB, mientras que el 24% y el 25% tenían ingresos anuales inferiores a 25.000 y entre 60.000 y 100.000, respectivamente. Un 13% tenía unos ingresos anuales superiores a 100.000. La mayoría de los encuestados en el estudio geográfico se encontraban en ciudades de tercer y cuarto nivel, que son más numerosas en China y la mayoría de estas ciudades tienen sus propias características culturales.

4.4 Resultado del estudio cualitativo: la gestión del PCI en China

Para poder reflejar la situación actual de la gestión del PCI en China, entrevisté a siete personas que se dedican a trabajos relacionados. Cada entrevistado dio respuestas diferentes a las preguntas relacionadas con el patrimonio cultural inmaterial, y las he resumido como sigue.

Tabla 7: Resumen de las opiniones de los entrevistados

Nombre	Comentarios y opiniones
Wang Xiandong	<ul style="list-style-type: none"> - La falta de financiación y recursos son las dificultades actuales para el desarrollo de la PCI - El PCI no se integra bien en la cultura moderna - El gobierno tiene actualmente acciones para ayudar al desarrollo y difusión de la PCI - La OSAL es muy importante en el proceso de difusión de la PCI
Wu Zhiying	<ul style="list-style-type: none"> - Muchas personas no se ciñen a las técnicas artesanales tradicionales y carecen de innovación - La difusión de la PCI debe integrarse en la sociedad a través de los nuevos medios de comunicación

	<ul style="list-style-type: none"> - El acceso del PCI al campus es bueno para su desarrollo y difusión - La OSAL puede ayudar a la difusión del PCI y a la comunicación de los artistas a través de estas organizaciones.
Huang Yanyong	- El desconocimiento de la PCI dificulta su difusión
Pei Yunpeng	<ul style="list-style-type: none"> - Muchos PCI chinos están repartidos en "familias" y se pierden fácilmente - Si no se comprenden las connotaciones del PCI, la utilización de la cultura para crear valor económico puede conducir a una mala comprensión de la cultura. - En la actualidad, es difícil solicitar al gobierno ayuda financiera para desarrollar la PCI. - Esperan establecer una plataforma especial para la difusión de la PCI
Qiu Pengdong	<ul style="list-style-type: none"> - Es necesario convertir la PCI en una mercancía y hacerla accesible a más personas para un mejor desarrollo - La OSAL conecta el gobierno, la cultura y las masas - Utilizar los nuevos medios de comunicación, como las plataformas de vídeo de corta duración, para promover
Fan Xujie	<ul style="list-style-type: none"> - Insuficiente apoyo gubernamental - El gobierno está muy preocupado por la propagación de la ICP entre las escuelas y los jóvenes e ignora las actividades comerciales - La OSAL está más cerca de la gente y puede difundir muy bien la PCI
Guo Zhanbiao	<ul style="list-style-type: none"> - El PCI y el turismo combinado pueden atraer a más personas y crear valor económico - El proceso de aprobación gubernamental de los proyectos relacionados es demasiado complicado

El primer entrevistado, el Sr. Wang Xiandong, cree que son los mayores problemas que se plantean actualmente en la difusión del patrimonio cultural inmaterial. En primer lugar, la falta de financiación y recursos hace que estas culturas encuentren obstáculos en el proceso de difusión; la cultura no es una entidad, por lo que requiere una promoción y difusión artificiales. En segundo lugar, el actual patrimonio cultural inmaterial y la cultura moderna no pueden integrarse bien entre sí, lo que afecta a la velocidad de difusión de estas culturas tradicionales en la sociedad moderna. En la entrevista, Wang dijo:

"Hay que centrarse en la capacidad de los jóvenes para adaptarse a la cultura tradicional y animar a los jóvenes artistas a combinar mejor los elementos modernos con la cultura tradicional".

El desarrollo del patrimonio cultural inmaterial se valora porque representa la "historia" y también puede crear el "futuro", es la esencia de la cultura china y tiene cierto valor para el desarrollo de la sociedad contemporánea. En la entrevista, el Sr. Wang también mencionó que el gobierno chino está apoyando actualmente la difusión del patrimonio cultural inmaterial mediante la creación de departamentos y organizaciones especiales para ayudar a los representantes del patrimonio cultural inmaterial y a los artistas a difundir mejor su cultura. Al hablar de la influencia de las organizaciones sin ánimo de lucro en la difusión de la cultura, el Sr. Wang cree que

estas organizaciones son muy útiles para la difusión de la cultura. Como la mejor manera de propagar es mostrar y llevar a la gente a una comprensión y uso más profundos, estas organizaciones suelen colaborar con el gobierno para mostrar estas culturas e interactuar activamente con la gente para hacerlas más comprensibles. Así que las organizaciones sin ánimo de lucro desempeñan un gran papel en este proceso de difusión y son una parte esencial.

El segundo entrevistado, Wu Zhiying, ofreció algunas perspectivas sobre las actividades del PCI en la juventud y en las escuelas. La Sra. Wu cree que, debido a la influencia de la cultura moderna de la comida rápida, muchos jóvenes y estudiantes sólo se aficianan brevemente a aprender las artes tradicionales, como el corte de papel, y no las aprenden durante mucho tiempo. Además, la mayoría de los aficionados al recorte de papel no tienen una base de pintura, por lo que sólo pueden imitar las obras de arte y no pueden crear otras nuevas. Además, los artistas del corte de papel no tienen ingresos regulares, por lo que necesitan apoyo financiero. En la entrevista, la Sra. Wu dijo:

"Los artistas y representantes del patrimonio cultural inmaterial deben tener un fuerte sentido de la responsabilidad por el patrimonio cultural, además, los departamentos gubernamentales tienen que ser capaces de reforzar la conciencia de la protección cultural, y después utilizar plenamente los nuevos medios de comunicación para fortalecer la difusión del patrimonio cultural inmaterial. Lo más importante de todo es estar al día y seguir innovando para que la cultura se desarrolle mejor."

La Sra. Wu mencionó que el patrimonio cultural inmaterial tiene valor de herencia histórica y valor estético, lo que ayuda a difundir la larga historia y cultura de China, y a mejorar la confianza cultural y la identidad cultural del pueblo chino. Los actuales departamentos gubernamentales también han tomado algunas medidas para ayudar al desarrollo de la cultura inmaterial, como llevar estas culturas a las escuelas, el desarrollo de productos culturales relacionados y la mejora de los intercambios extranjeros de estas culturas. Cuando llegamos al tema de si las organizaciones sin ánimo de lucro son útiles para difundir el patrimonio cultural inmaterial, la señora Wu explicó con gran seguridad que estas organizaciones son muy útiles para difundir la cultura, y ella misma se ha unido a varias de ellas. Ella misma se ha unido a varias organizaciones, en las que no sólo puede compartir sus habilidades con la gente, sino también sus obras y experiencias, lo que es muy útil para la creación de arte. Por último, la Sra. Wu cree que la mejor manera de difundir el patrimonio cultural

inmaterial entre los jóvenes es ofrecer programas en las escuelas primarias y secundarias, donde la orientación y la educación pueden hacer que estas culturas se conviertan en "corrientes" más rápidamente.

El tercer y cuarto entrevistados fueron Huang Yanrong y Pei Yunpeng, que fueron entrevistados al mismo tiempo. El Sr. Huang cree que la gente no conoce suficientemente el patrimonio cultural inmaterial, lo que dificulta la difusión de estas culturas. Además, otra razón que afecta a la difusión es que el patrimonio cultural inmaterial de China suele ser perpetuado por una familia, y no puede ser enseñado a otras personas además de la familia, lo que lleva a la pérdida actual de muchas culturas. Esto ha llevado a la pérdida de gran parte de la cultura actual, y a medida que la demografía de la sociedad cambia, muchas de las familias que poseen estas habilidades no han encontrado "sucesores" adecuados a su edad, lo que también es una causa importante de pérdida cultural. En cuanto a los problemas a los que se enfrenta el patrimonio cultural inmaterial en el proceso de difusión, el Sr. Huang y el Sr. Pei comparten la misma opinión. Creen que la cultura tradicional actual no puede satisfacer las necesidades del mercado y que mucha gente quiere sacar provecho de ella, lo que lleva a malinterpretar la cultura en lugar de presentar la cultura real a la gente. En cuanto a la ayuda actual del gobierno para el desarrollo del patrimonio cultural inmaterial, creen que es muy eficiente la ayuda actual del gobierno para la identificación y selección por grados de los elementos del patrimonio cultural inmaterial, y los diferentes niveles de ayuda financiera que se dan según los diferentes grados. Sin embargo, este proceso de solicitud es bastante largo y difícil, por lo que el desarrollo previo no es demasiado fácil para los artistas y representantes de la cultura en cuestión. Además, creen que las organizaciones sin ánimo de lucro pueden ser útiles para la difusión del PCI, aunque estas organizaciones necesitan comunicarse con el gobierno de manera oportuna para reaccionar ante los problemas reales que tiene la difusión cultural y conectar con la economía de mercado para ayudar a que los proyectos de PCI tengan un buen desarrollo.

"Espero establecer una plataforma para la difusión del patrimonio cultural inmaterial, que ayudará a más artistas a difundir su cultura artística y también facilitará al público la comprensión de estas culturas en profundidad." (Sr. Huang).

El quinto entrevistado fue el Dr. Qiu Pengdong, muy interesado en este tema. Explicó que en la antigüedad, la mayor parte del actual patrimonio cultural inmaterial

era el "trabajo" del que dependía una familia para sobrevivir y era la principal fuente de ingresos. Buena parte del PCI corre el riesgo de perderse, precisamente porque estos conocimientos ya no son la principal fuente de ingresos de los herederos. Es difícil sostener la longevidad de estas culturas basándose únicamente en las aficiones. En la entrevista, el Dr. Qiu dijo:

"Creo que el patrimonio cultural inmaterial debe centrarse en cómo integrar los conocimientos tradicionales en la producción y la vida de toda la sociedad de la cultura material, para que esta "cultura abstracta" se convierta en un objeto real, que pueda incitar a más personas a entrar en contacto con ella."

La mayor parte del patrimonio cultural inmaterial se convierte en grandes industrias. El hecho de que estas culturas hayan sobrevivido hasta nuestros días y que algunas personas confíen en ellas para su sustento, para su salud o seguridad, etc., demuestra que tienen valor. Por ejemplo, el Dr. Qiu dijo que sus ejercicios médicos, los Cinco Ejercicios para Animales, son valiosos para las personas que buscan una vida larga y saludable. En cuanto a su opinión sobre las organizaciones sin ánimo de lucro, el Dr. Qiu cree que cualquier organización que ayude a difundir el patrimonio cultural inmaterial es valiosa, independientemente de su finalidad. Esto se debe a que estos grupos son como un medio que conecta el gobierno, las artes y la cultura, y las masas, y por lo tanto facilitan la difusión de la cultura. Por último, Dr. Qiu cree que la mejor manera de difundir la cultura tradicional en la actualidad es utilizar los nuevos medios de comunicación, ya que ahora también utiliza plataformas de vídeo de corta duración para la difusión de la cultura.

El sexto entrevistado fue Fan Xujie, que respondió a las preguntas de la entrevista desde la perspectiva de un empresario como director de un hotel. En primer lugar, cree que la principal razón del lento desarrollo actual del patrimonio cultural inmaterial es la falta de apoyo gubernamental. El gobierno gasta mucha energía en promover la cultura tradicional entre los jóvenes y en introducir estas culturas en la educación, pero el apoyo a las prácticas empresariales que se dedican a la cultura relacionada no es todavía tan alto. Además, los actuales departamentos gubernamentales relacionados con el patrimonio cultural inmaterial aún no han formado un sistema completo, por lo que todavía no están maduros.

"Los grupos cívicos actuales (OSAL) son útiles para difundir la cultura porque están más cerca de la gente y pueden hacer que estas grandes culturas sean más accesibles para más personas." (Sr. Fan)

Por último, el Sr. Fan concluyó que la mejor manera de promover la difusión del patrimonio cultural inmaterial es combinar la protección del patrimonio y la promoción cultural, centrándose en la protección de estas excelentes culturas al tiempo que se difunden, para que puedan desarrollarse a largo plazo. Por supuesto, esto también requiere la cooperación mutua del gobierno y del público.

El séptimo entrevistado es Guo Zhanbiao, gerente de una agencia de viajes que actualmente está solicitando al gobierno provincial un permiso para un proyecto de combinación de patrimonio cultural inmaterial y turismo.

"Si estas grandes culturas pueden combinarse con el turismo, atraerán a más personas para que las conozcan y podrán difundir la cultura a mayor escala."
(Sr. Zhanbiao).

Asimismo, estas culturas, si se combinan con el turismo, también aportan un gran valor económico a la zona, ya que el desarrollo del turismo suele impulsar las actividades empresariales de toda la zona. Sin embargo, se ha encontrado con algunos problemas, por ejemplo, estos proyectos tienen que pasar por la aprobación del gobierno, aunque este proceso es especialmente complicado y no todos los departamentos conceden gran importancia a los proyectos culturales, por lo que hasta ahora este proyecto no ha sido totalmente aprobado. Un proceso de aprobación tan complicado ha supuesto un gran obstáculo para el desarrollo de los proyectos en cuestión. En cuanto al papel de las organizaciones sin ánimo de lucro en los proyectos culturales, El Sr. Guo dijo:

"Estas organizaciones pueden mejorar la eficiencia de la industria turística en la integración de los recursos culturales relevantes y son muy buenas para existir."

Por último, el Sr. Guo cree que para el desarrollo del turismo cultural lo más importante es el apoyo y la cooperación del gobierno.

4.5 Resultados del estudio cuantitativo: Interés y comportamiento del público

Había dos cuestionarios, el primero de los cuales trataba principalmente de los conceptos básicos del patrimonio cultural inmaterial y recogía un total de 406 respuestas de la población. El segundo cuestionario se refería principalmente al contenido de las fiestas y costumbres tradicionales, y se recogieron 209 respuestas.

4.4.1 Estudio 1 - Encuesta sobre la situación del PCI

El primer cuestionario era una encuesta sobre el patrimonio cultural inmaterial y trataba de la percepción del público en general sobre la situación actual del

patrimonio cultural inmaterial en China.

1. Conocimiento del PCI

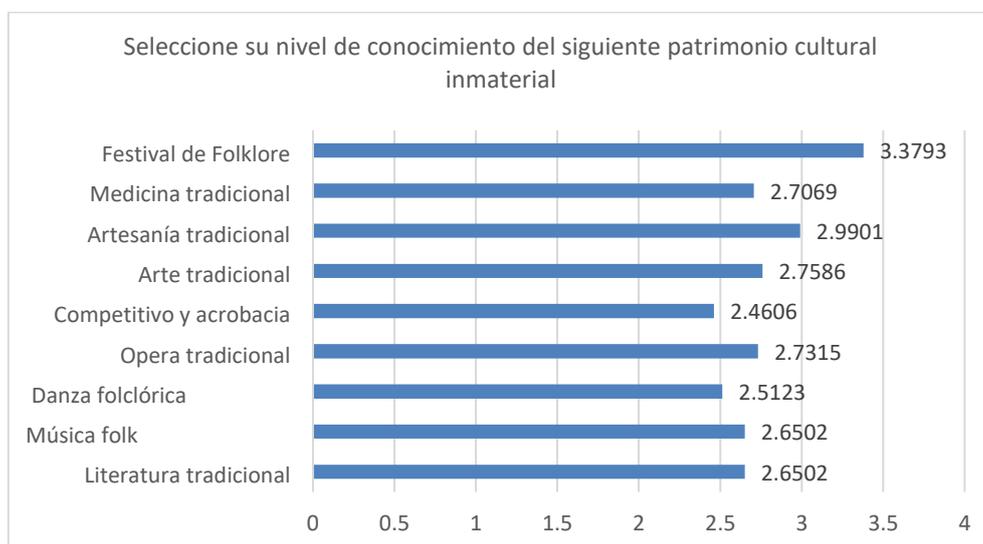
Tabla 8

¿Cuánto sabe sobre el concepto de patrimonio cultural inmaterial?	
Media	3.0074
Mediana	3

La mayoría de los encuestados se mostraron algo imprecisos sobre el concepto de patrimonio cultural inmaterial, tal y como se desprende de los datos, ya que 204 encuestados eligieron la opción de "generalmente consciente". Otros 88 encuestados sólo sabían un poco y 18 no sabían nada. Sólo 31 encuestados se consideran muy conocedores del concepto. Además, el análisis de los datos muestra que la mediana de este grupo es de 3 y la media de 3,0074, lo que indica que la mayoría de los encuestados tienen un nivel medio de comprensión del concepto de PCI.

2. Nivel de comprensión de los diferentes tipos de PCI

Gráfico 7

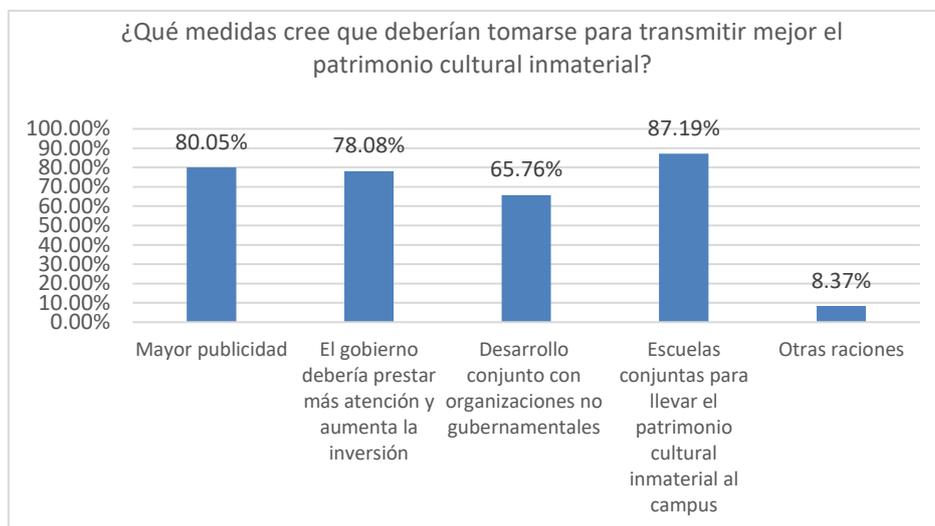


La encuesta sobre los distintos tipos de PCI muestra que, en general, la gente conoce más el folclore de las fiestas, con una media de 3,3793, excepto la artesanía tradicional y las artes tradicionales, con una media de 2,9901 y 2,7586, respectivamente, y la gente cree saber menos sobre la danza folclórica y el atletismo y las acrobacias, con una media de 2,5123 y 2,4606, respectivamente. En general,

parece que el conocimiento de la gente sobre estas categorías del PCI es moderado, excepto en el caso de la danza folclórica y el atletismo, donde la mediana es de 2, y en todos los demás, donde la pluralidad es de 3.

3. Medidas de difusión de la PCI

Gráfico 8



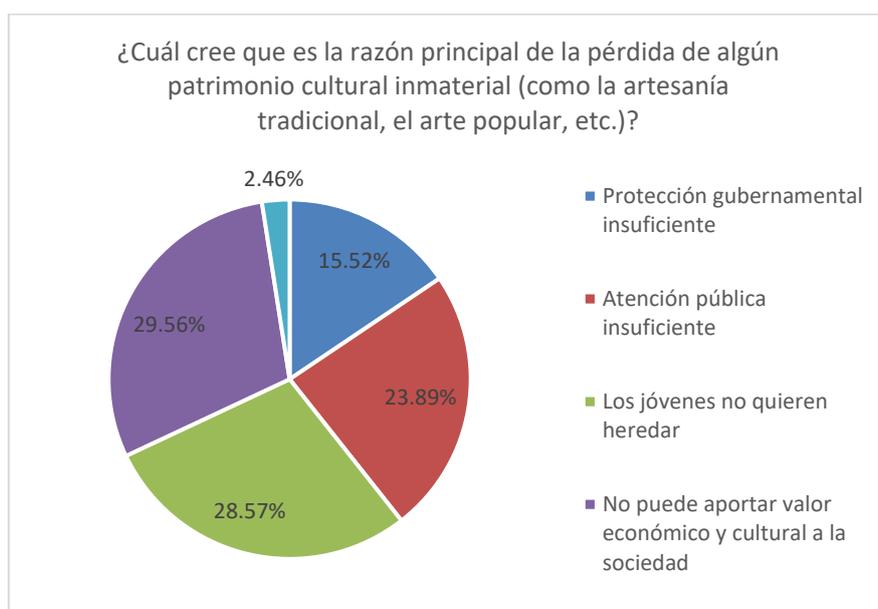
En la pregunta sobre las medidas de difusión de la ICP, los encuestados podían seleccionar varias respuestas. De los datos se desprende que el 87,19% de ellos piensan que deben trabajar con las escuelas para difundir la cultura juntos. El 65,76% de ellos piensan que deben trabajar con la sociedad civil para desarrollar estas culturas juntos. Otro 80%, más o menos, opina que todo el mundo debería estar incluido en la promoción y que el gobierno debería prestarle más atención. Además, el 8,37% hizo otras sugerencias que se resumen de la siguiente manera.

- Desarrollar los recursos culturales para el turismo.
- Diversificar estos valores culturales tradicionales combinándolos con aplicaciones prácticas.
- Diseñar el patrimonio cultural inmaterial como una asignatura que se incluya en el sistema de enseñanza a partir de la escuela primaria.
- Reforzar la formación y la protección de los profesionales relacionados con el patrimonio cultural inmaterial.
- Animar a los centros educativos a crear asociaciones de estudiantes sobre temas relevantes.
- Creación de fundaciones especiales.

- Estimular el interés por el patrimonio cultural inmaterial para que estas culturas se conviertan en "conocimiento común" y sean más accesibles a un público más amplio.

4. Raciones de la pérdida de la PCI

Gráfico 9



En cuanto a la razón principal de la pérdida del patrimonio cultural inmaterial, el 29,56% cree que se debe a que estas culturas no aportan un valor económico inmediato a la sociedad y, por lo tanto, se descuidan. El 28,57% cree que es la reticencia de los jóvenes de hoy en día a aprender y comprender estas culturas. El 23,89% cree que el público no presta suficiente atención a estas culturas, lo que conduce a su pérdida. Otro 15,52% cree que es el gobierno el que no protege suficientemente la cultura. Sin embargo, hay un 2,46% que tiene otras opiniones que se resumen en lo siguiente.

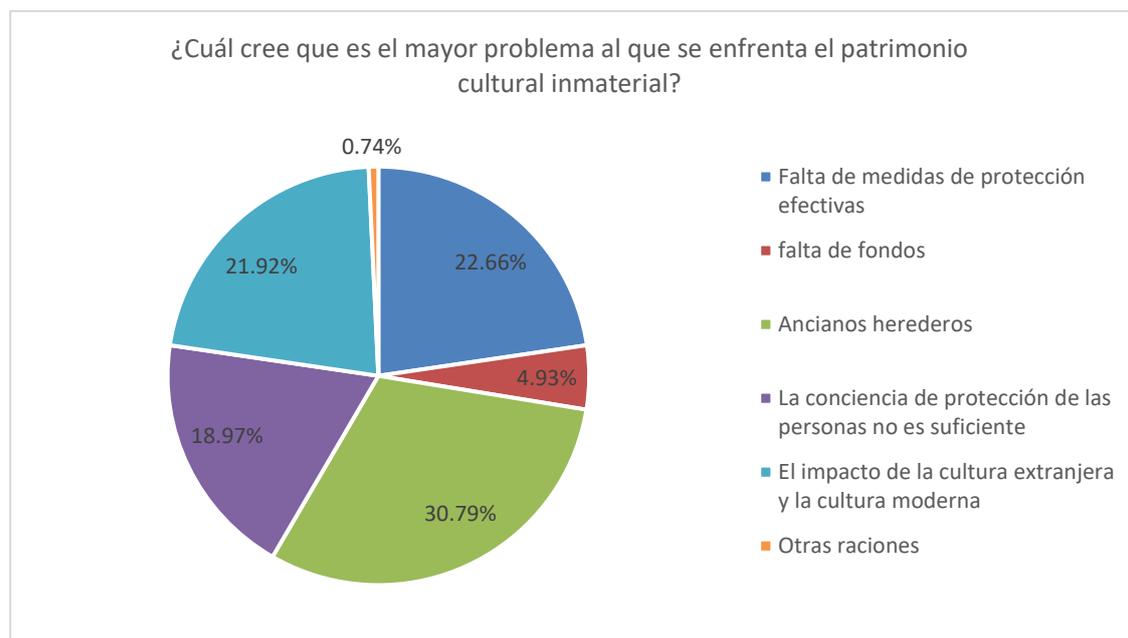
- Algunas culturas y artesanías tradicionales han desaparecido y no pueden ser rescatadas y protegidas.

- El gobierno no ha hecho lo suficiente para promoverlas y protegerlas, y estas culturas no han recibido suficiente publicidad y atención, especialmente por parte del público en general, al que le resulta difícil entenderlas en profundidad.

- La difusión de la cultura es un proceso en el que la cultura no aporta inmediatamente un valor real a la sociedad, y las compensaciones y beneficios no son proporcionales en el proceso de desarrollo cultural.

5. Problemas de la PCI

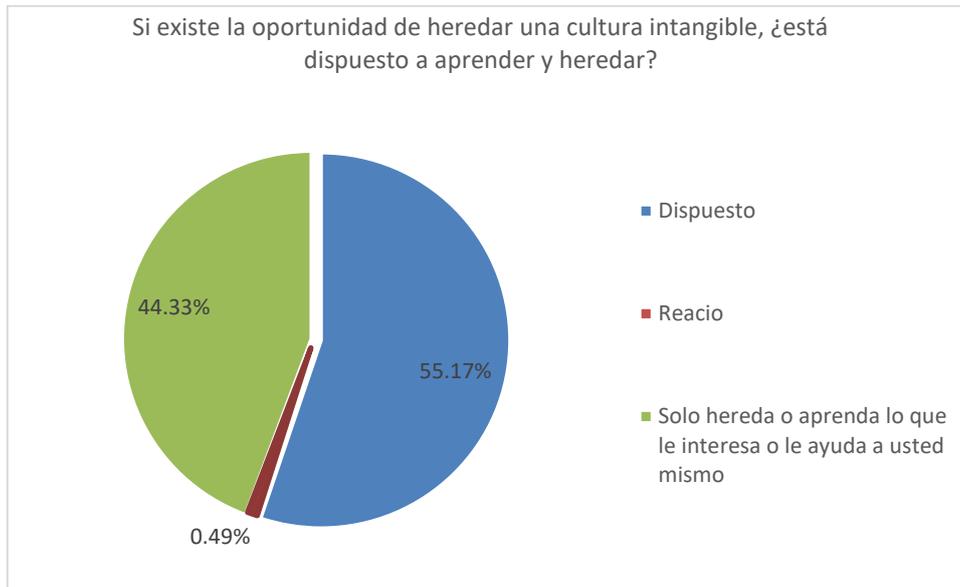
Gráfico 10



En cuanto al mayor problema encontrado en la difusión actual del patrimonio cultural inmaterial, el 30,79% de los encuestados cree que los herederos actuales de la cultura tradicional están generalmente envejecidos. El 22,66% cree que la cultura actual carece de protección efectiva. El 21,92% cree que la cultura extranjera y moderna ha causado un gran impacto en la difusión de la cultura tradicional. El 18,97% cree que la conciencia actual de la cultura La conciencia de la protección no es suficiente. Sólo el 4,93% cree que faltan fondos para el desarrollo cultural. Otro 0,74% plantea un nuevo punto de vista: piensa que estas culturas tradicionales tienen un desarrollo limitado por sí mismas y no pueden integrarse en la cultura moderna, por lo que están alejadas de la vida del público en general y, por tanto, la gente de a pie no tiene muchas oportunidades de conocerlas.

6. Oportunidades de aprendizaje y herencia de PCI

Gráfico 11



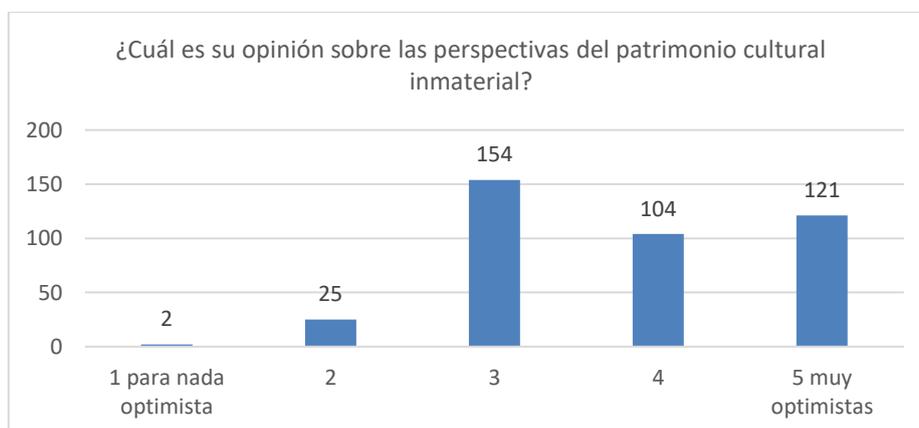
Esta pregunta refleja la actitud de la población hacia el aprendizaje y la profundización de las culturas del patrimonio cultural inmaterial. Más de la mitad de las personas están muy dispuestas e incondicionales a aprender estas culturas. El 44,33% son más decididas y están dispuestas a aprender sólo aquellas culturas que les sean útiles o les interesen. Sólo el 0,49% tiene una actitud negativa y rechaza totalmente estas culturas.

7. Desarrollo futuro de la PCI

Tabla 9

¿Cuál es su opinión sobre las perspectivas del patrimonio cultural inmaterial?	
Media	3.7808
Mediana	4

Gráfico 12



La mayoría de la población es optimista en cuanto a la percepción pública del futuro del PCI. El 93,35% son bastante optimistas. Sólo un número muy reducido de personas no cree que el desarrollo futuro del PCI sea optimista.

4.4.2 Estudio 2 - Encuesta sobre fiestas y costumbres tradicionales

La segunda parte del cuestionario se centra en la percepción de las fiestas y costumbres tradicionales por parte de la población, lo que implica la capacidad de reconocer y aceptar la cultura tradicional. El cuestionario se basó en el folclore de las fiestas más conocidas, y fue valioso para que el estudio comprendiera la opinión de la gente sobre el patrimonio cultural inmaterial en pequeño. En la segunda parte del cuestionario se recogieron un total de 209 respuestas, con preguntas y datos específicos que muestran lo siguiente:

Tabla 10

Estadísticos descriptivos		
	Media	Desviación estándar
1. Indique su valoración de las fiestas tradicionales	4,55	,877
2. Evalúe su grado de implicación y participación en los siguientes festivales		
Festival de primavera	4,68	,705
Festival de linternas	4,43	,902
Día de San Valentín	2,73	1,315
Festival Ching Ming	4,23	1,045
Día de la Madre	3,89	1,091
Festival del Bote del Dragón	4,45	,814
Festival Qixi	3,12	1,295
Festival de Luna	4,65	,663
Festival de mitad de año	3,17	1,400
Festival Doble Noveno	3,48	1,279
Vispera de Todos los Santos	1,79	1,144
Acción de Gracias	2,18	1,325
Navidad	2,04	1,151
3. ¿Cómo valora las fiestas tradicionales chinas?		
TRADICIÓN / IDENTIFICACIÓN		
Me gusta su ambiente festivo	4,58	,750
Me parecen interesantes las costumbres de nuestros antepasados	4,56	,725
Los mayores de mi familia me han influido	4,46	,802
Creo que la cultura tradicional china está muy relacionada con mi vida diaria	4,41	,906
Me siento totalmente identificado con las fiestas tradicionales chinas	4,63	,690
Siento que las fiestas y tradiciones chinas forman parte de mi vida.	4,60	,701
DESCONEXIÓN		
No me divierto con ellas porque son aburridas	2,10	1,348
Las costumbres están desactualizadas	1,68	,993
La gente que me rodea no celebra estos festivales	1,94	1,073
Los festivales extranjeros son más interesantes	1,57	,964
AUTENTICIDAD		

Creo que las fiestas y tradiciones chinas deben mantener su autenticidad	4,60	,672
No me gusta que las fiestas y tradiciones chinas cambien	3,71	1,265
No me gusta que las fiestas y tradiciones se adapten para atraer turistas	4,07	,953
ETNOCENTRISMO		
Las fiestas tradicionales chinas son mejores que las de otras culturas	4,16	,995
Las fiestas y tradiciones importadas de otros países me causan rechazo	3,45	1,104
No me gusta participar en tradiciones importadas de otros países	3,60	1,079
ADAPTACIÓN		
Me gusta que las fiestas y tradiciones se adapten a los nuevos tiempos y se combine lo antiguo con lo nuevo	4,06	,971
4. ¿Cuál es su grado de vinculación con la promoción y difusión de la cultura tradicional?		
RECOMENDACIÓN		
No escatimo esfuerzos para difundir la cultura tradicional	4,02	,943
Si tengo la oportunidad, difundiré la cultura, estoy feliz de hacer tal cosa.	4,42	,769
NO_ RECOMENDACIÓN		
No deseo difundir la cultura tradicional, soy más receptivo a lo nuevo	2,37	1,203
Creo que no tiene nada que ver conmigo, solo soy una persona común, y difundir la cultura está demasiado lejos para mí.	2,00	1,124
N válido (por lista)	209	

En el Estudio 2, se analizaron las correlaciones entre las variables mediante el uso de estadísticas, centrándose en las cuestiones de la percepción de la población sobre los festivales tradicionales chinos y el nivel de participación de la población en la promoción y difusión de la cultura tradicional. El estudio dividió las preguntas de estas dos secciones en las amplias categorías de Identificación, Desconexión, Autenticidad, Etnocentrismo, Adaptación, Recomendación y No Recomendación. Identificación refleja las razones por las que la gente reconoce estas fiestas tradicionales y el folclore, mientras que Desconexión refleja las razones por las que la gente no reconoce estas fiestas tradicionales y el folclore. La Autenticidad refleja la actitud de la gente hacia las fiestas y el folclore, el Etnocentrismo refleja la tolerancia de la gente hacia las fiestas y el folclore extranjeros, la Adaptación refleja la adaptación de la gente a las fiestas y el folclore, y la Recomendación y No Recomendación son las sugerencias de la gente para las fiestas tradicionales y el folclore. Recomendación y No Recomendación es la sugerencia del pueblo sobre las fiestas tradicionales y el folclore.

En este estudio, relativa a la popularidad de las fiestas tradicionales entre la gente, la mayoría de los entrevistados son muy aficionados a las fiestas tradicionales. Además, el nivel de participación de la gente en cada uno de los festivales es diferente. Entre las fiestas encuestadas, cinco de ellas no son tradicionales y las ocho restantes son fiestas tradicionales chinas. El valor medio de los datos muestra

que la mayoría de las fiestas tradicionales son valoradas, especialmente la Fiesta de la Primavera, la Fiesta del Medio Otoño, la Fiesta del Barco del Dragón, la Fiesta del Qingming y la Fiesta de la Linterna, que tienen un alto nivel de participación, con un valor medio superior a 4,4. Por ejemplo, Halloween, Acción de Gracias, Navidad y San Valentín tienen un bajo nivel de participación popular, con un valor medio inferior a 3. Sin embargo, entre estas fiestas tradicionales, la mitad de año y el Festival Doble Noveno tienen un índice de participación más bajo, con un valor medio de 3,5 o menos. Esto se debe a que estas dos fiestas no forman parte de las fiestas tradicionales principales, tienen características locales y culturales más fuertes, y en comparación con otras fiestas tradicionales, estas dos fiestas son más complicadas de celebrar, y las costumbres y los rituales son más complejos, y en la sociedad actual, la participación de esta fiesta más complicada es menor. Entre las fiestas extranjeras, el Día de la Madre tiene un alto índice de participación, con un valor medio de 3,89. Esto se debe a que no existe una fiesta como el Día de la Madre en las fiestas tradicionales chinas, por lo que los chinos han aceptado esta fiesta extranjera y, por tanto, el índice de participación es mayor.

En la tercera parte de la pregunta, hay varias subpreguntas, principalmente sobre las percepciones de la gente. La mayoría de los encuestados creen que están influenciados por los mayores de su familia, son más aficionados a las fiestas y costumbres tradicionales, consideran que las fiestas tradicionales forman parte de la vida y las aprueban, estas respuestas se pueden ver de nuevo en la media de los datos, la mayoría de ellos son más de 4,4. Influenciados por la familia y los hábitos culturales, la mayoría de los encuestados son más partidarios de estas fiestas tradicionales y del folclore, por lo que sólo una muy pequeña parte de la población considera más interesantes las fiestas y culturas extranjeras. En general, los entrevistados son menos partidarios de la importación total del folclore de otros países, pero apoyan el desarrollo de nuevas culturas en combinación con las tradicionales.

La última parte de la encuesta sobre el nivel de participación de la población en la promoción y difusión de la cultura tradicional recibió una respuesta más positiva. La mayoría de las personas están dispuestas a difundir la buena cultura tradicional de forma incondicional, con un valor medio de 4,02. Sin embargo, son más los que piensan que actualmente tienen menos oportunidades de contactar y difundir la cultura y que estarían encantados de hacerlo si tuvieran la oportunidad, con un valor medio de 4,42. Sólo un pequeño porcentaje de personas piensa que estas cosas no son relevantes para ellos, con un valor medio de aproximadamente 2,0.

El siguiente estudio utilizó la estadística para analizar la correlación entre las variables, centrándose en las cuestiones de la percepción de la población de los festivales tradicionales chinos y el nivel de participación de la población en la promoción y difusión de la cultura tradicional. El estudio dividió las preguntas de estas dos secciones en las grandes categorías de Identificación, Desconexión, Autenticidad, Etnocentrismo, Adaptación, Recomendación y No Recomendación, que se clasifican como sigue:

Tabla 11

Correlaciones						
		IDENTIFICACIÓN	DESCONEXIO N	AUTENTICIDA D	ETNOCENTRISM O	ADAPTACIÓN
IDENTIFICACIÓN	Correlación de Pearson	1	-,310**	,415**	,424**	,251**
	Sig. (bilateral)		,000	,000	,000	,000
	N	209	209	209	209	209
DESCONEXION	Correlación de Pearson	-,310**	1	,010	-,003	,006
	Sig. (bilateral)	,000		,890	,967	,933
	N	209	209	209	209	209
AUTENTICIDAD	Correlación de Pearson	,415**	,010	1	,536**	,235**
	Sig. (bilateral)	,000	,890		,000	,001
	N	209	209	209	209	209
ETNOCENTRISM O	Correlación de Pearson	,424**	-,003	,536**	1	,179**
	Sig. (bilateral)	,000	,967	,000		,009
	N	209	209	209	209	209
ADAPTACIÓN	Correlación de Pearson	,251**	,006	,235**	,179**	1
	Sig. (bilateral)	,000	,933	,001	,009	
	N	209	209	209	209	209

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

El análisis del coeficiente de correlación de Pearson muestra que todas las correlaciones son positivas, excepto la correlación negativa entre desconexión e identificación. Sin embargo, la mayoría de sus correlaciones están en el rango de 0,4-0,6 y 0-0,4, lo que indica que están moderada o débilmente correlacionadas.

En primer lugar, está la relación entre estas variables y la no recomendación.

Tabla 12

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	52.526	5	10.505	11.100	.000 ^b
	Residuo	192.127	203	.946		
	Total	244.653	208			

a. Variable dependiente: NO_RECOMENDACIÓN

b. Predictores: (Constante), ADAPTACIÓN, ETNOCENTRISMO, DESCONEXION, IDENTIFICACIÓN, AUTENTICIDAD

Coeficientesa						
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	T	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	-.907	.622		-1.459	.146
	IDENTIFICACIÓN	.686	.136	.388	5.046	.000
	DESCONEXION	.103	.082	.083	1.244	.215
	AUTENTICIDAD	.034	.116	.023	.293	.770
	ETNOCENTRISMO	.145	.092	.121	1.577	.116
	ADAPTACIÓN	.045	.073	.041	.624	.534

a. Variable dependiente: NO_RECOMENDACIÓN

La tabla resumen del ANOVA nos indica si existe una relación significativa entre las variables. $f = 11,100$, valor $p = 0,000 < 0,05$, por lo que el modelo 1 se encuentra en el nivel de significación de 0,05, por lo que existe significación estadística entre estas variables. Pero según el análisis de regresión lineal se puede encontrar que No Recomendación e Identificación son estadísticamente significativas ($p = 0,00 < 0,05$).

En segundo lugar, está la relación entre estas variables y la recomendación.

Tabla 13

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	52.686	5	10.537	28.628	.000 ^b
	Residuo	74.719	203	.368		
	Total	127.404	208			

a. Variable dependiente: RECOMENDACIÓN

b. Predictores: (Constante), ADAPTACIÓN, ETNOCENTRISMO, DESCONEJÓN, IDENTIFICACIÓN, AUTENTICIDAD

Coeficientes ^a						
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	.356	.388		.919	.359
	IDENTIFICACIÓN	.498	.085	.391	5.881	.000
	DESCONEJÓN	-.035	.051	-.039	-.685	.494
	AUTENTICIDAD	.126	.072	.116	1.748	.082
	ETNOCENTRISMO	.153	.057	.177	2.673	.008
	ADAPTACIÓN	.142	.045	.176	3.120	.002

a. Variable dependiente: RECOMENDACIÓN

La tabla resumen del ANOVA nos indica si existe una relación significativa entre las variables. $f = 28,628$, valor $p = 0,000 < 0,05$, por lo que el modelo 1 se encuentra en el nivel de significación de 0,05, por lo que existe una relación estadísticamente significativa entre estas variables. De acuerdo con el análisis de regresión lineal se puede encontrar que Recomendación e Identificación y adaptación son estadísticamente significativas ($p < 0,05$).

4.6 Resumen de resultado: El estado de desarrollo del PCI en China

A través de las entrevistas y la información recogida mediante cuestionarios, comprendemos básicamente el estado de desarrollo actual del patrimonio cultural inmaterial en China. Los problemas actuales del desarrollo del patrimonio cultural inmaterial chino se centran principalmente en el apoyo gubernamental, las fuentes de financiación, los transmisores culturales, la concienciación del público y la combinación de cultura y comercio.

- Apoyo gubernamental

En los últimos años, el gobierno chino ha apoyado cada vez más las actividades relacionadas con la cultura y el arte, especialmente las relacionadas con la difusión de la buena cultura tradicional y el patrimonio cultural inmaterial. Sin embargo, al mismo tiempo que apoya las actividades de difusión cultural relacionadas, el gobierno también ha elevado las condiciones para establecer organizaciones culturales, lo que ha llevado a la prohibición de algunas organizaciones culturales con procedimientos incompletos y ha dificultado la creación de nuevas organizaciones culturales. Estas acciones gubernamentales tienen ventajas y desventajas. La ventaja es que regulan las formas de difusión cultural y proporcionan una auditoría más estricta de la calidad de las organizaciones culturales, lo que ayudará a que la excelente cultura china se difunda de forma más normalizada y de calidad. El inconveniente, sin embargo, es que algunos organismos gubernamentales locales son muy burocráticos, lo que puede dificultar la creación de auténticas organizaciones culturales. Además, el actual enfoque del gobierno en la población juvenil y estudiantil ha llevado a una falta de difusión entre la comunidad. Pero la difusión y el desarrollo de la cultura es un proceso que no puede lograrse de la noche a la mañana, por lo que las acciones del gobierno son comprensibles.

- Fuentes de financiación

Actualmente hay tres fuentes principales de financiación para el desarrollo del patrimonio cultural inmaterial en China: el gobierno, las empresas y el público. En la actualidad, el gobierno chino dispone de una cantidad específica de dinero para la protección del patrimonio cultural inmaterial y la difusión y el desarrollo de la cultura excelente, y aunque esta parte no es grande, está creciendo casi continuamente. Y el apoyo financiero del gobierno se destina principalmente a algunas instituciones oficiales, como los museos. En cambio, las organizaciones culturales privadas se financian principalmente con el apoyo de las empresas y el apoyo popular. De hecho,

la mayoría de ellos no saben cómo dirigir y gestionar su negocio, y la falta de fondos limita el alcance de las actividades de difusión cultural. Otra fuente de financiación para las organizaciones culturales populares es el crowdfunding, que se dirige principalmente a los miembros de la organización y a los entusiastas de la cultura que tienen contacto con ella. Por ejemplo, según el Sr. Wang Xiandong, entrevistado anteriormente, la Sociedad Anyang Guqin, que él dirige, recauda las cuotas de los miembros que ya se han unido, así como las cuotas de iniciación de los nuevos miembros, para cada evento que organiza, lo que también se considera crowdfunding. Pero en general, la financiación para la protección y difusión del patrimonio cultural inmaterial sigue siendo relativamente escasa.

- Comunicadores culturales

La difusión del patrimonio cultural inmaterial chino corre a cargo principalmente de los representantes del patrimonio cultural inmaterial, los jóvenes, los entusiastas con cierto nivel de sofisticación cultural y las organizaciones sin ánimo de lucro. Sin embargo, varios entrevistados en las entrevistas anteriores también mencionaron el actual envejecimiento de los representantes del PCI, que es un problema importante en el proceso de difusión del PCI. El envejecimiento de estos portadores culturales hace que el patrimonio cultural inmaterial que dominan no pueda ser transmitido en su totalidad durante un periodo de tiempo limitado (como ya se ha mencionado, la mayor parte del patrimonio cultural inmaterial de China se enseña de forma presencial sin la documentación adecuada). Sin embargo, el creciente número de jóvenes chinos y de entusiastas de la cultura es muy propicio para la difusión de la misma, especialmente con el actual auge de la "tendencia nacional", en la que la combinación de la cultura tradicional y la moda ha atraído a más jóvenes y entusiastas de la cultura que están incorporando elementos culturales tradicionales a sus vidas. Además de las personas mencionadas, las organizaciones sin ánimo de lucro desempeñan un papel importante en la difusión del patrimonio cultural inmaterial. Como ya se ha dicho, aunque el gobierno está interesado en difundir estas culturas entre la población, la implantación es muy lenta porque la base poblacional de China es muy grande. Sin embargo, la existencia de organizaciones sin ánimo de lucro ayuda al gobierno a resolver este problema; estas organizaciones surgen del pueblo y tienen una buena base de masas, lo que facilita la difusión de la cultura entre el público en general.

- Nivel de concienciación de la población

Aunque la gente suele tener un buen presentimiento sobre estas culturas y quiere

que se desarrollen y difundan, no sabe lo suficiente sobre ellas para poder protegerlas y difundirlas con calidad. Pero lo bueno es que actualmente el pueblo chino tiene una creciente autoestima cultural y un sentimiento de orgullo por su propia cultura y tradiciones, lo cual es una buena tendencia para la difusión de la cultura. Sin embargo, la desventaja es que muchas personas tienen una comprensión unilateral de la cultura, lo que lleva a una confianza ciega, que de nuevo puede dar lugar a la pérdida de la buena cultura.

- Combinar cultura y comercio

La combinación actual del patrimonio cultural inmaterial y el comercio se encuentra en una fase preliminar de desarrollo; salvo un número muy reducido de ciudades culturales e históricas y de museos famosos, como el Museo del Palacio de Pekín, que pueden combinar relativamente bien la cultura y el comercio, la combinación de la cultura y el comercio en otras regiones se encuentra todavía en una fase incipiente o elemental. La mayoría de las ciudades se han dado cuenta de la necesidad de combinar el patrimonio cultural inmaterial con las características locales con el turismo, las industrias culturales y las industrias creativas culturales, pero también se enfrentan a problemas como la escasez de fondos para el desarrollo o la falta de buenos proyectos. En general, es más fácil integrar y desarrollar proyectos culturales con antecedentes gubernamentales, pero es difícil desarrollar proyectos culturales por iniciativa propia o proyectos culturales desarrollados por una organización cultural, por lo que el apoyo gubernamental juega un papel importante en este proceso.

5. Conclusión

5.1 Conclusiones sobre la gestión del PCI

La gestión actual del patrimonio cultural inmaterial en China puede clasificarse en: gestión gubernamental, gestión de la sociedad civil, gestión de los campus, gestión de los proyectos comerciales y gestión de los representantes del patrimonio cultural inmaterial.

- Gestión gubernamental

La gestión gubernamental es la forma más común de gestión del PCI en China en la actualidad, porque el pueblo chino aún no es plenamente consciente del significado del PCI y de cómo protegerlo. El gobierno actúa como líder en la gestión del PCI, recopilando y archivando información sobre la cultura distintiva de cada región, o aprobando que determinados departamentos y organizaciones la protejan y gestionen. Aunque la gestión gubernamental es más cualitativa, también tiene ciertas desventajas, a saber, que el gobierno no puede tener en cuenta todos los elementos del patrimonio cultural inmaterial. Por ejemplo, el gobierno puede gestionar y proteger este contenido cultural, pero no puede estudiarlo y aprenderlo en profundidad, y la difusión del contenido cultural tiene que depender de otros medios, como la sociedad civil.

- Gestión por parte de la sociedad civil

Los grupos de la sociedad civil, también conocidos como organizaciones sin ánimo de lucro, desempeñan un papel fundamental en la gestión del patrimonio cultural inmaterial en China. Estas organizaciones tienen su propio talento investigador y pueden llevar a cabo una conservación, gestión e investigación en profundidad de un PCI concreto. Estas organizaciones también pueden integrarse con el público de forma más eficiente y tener el efecto de guiar al público para que comprenda estos contenidos culturales. Sin embargo, la mayoría de las organizaciones sin ánimo de lucro actuales se enfrentan al problema de la insuficiencia de fondos y recursos, lo que supone un reto para sus actividades de gestión.

- Gestión del campus

La gestión del campus es un modelo menos costoso y más eficiente para la difusión y gestión del PCI que ha surgido en los últimos años. Con el impulso del gobierno, muchos patrimonios culturales inateriales han entrado en el campus, formando clubes universitarios u ofreciendo cursos sobre el tema para que los estudiantes

puedan aprender y comprender estas culturas en el campus. Sin embargo, este enfoque de gestión presenta algunos inconvenientes: el tiempo que pasan los estudiantes en el campus es limitado y los estudiantes de distintas edades tienen percepciones diferentes, por lo que no hay garantía de que los alumnos puedan estudiar estas culturas en profundidad. Así que la entrada del patrimonio cultural inmaterial en la escuela tiene que ver más con la popularización del concepto y el cultivo del interés, que por supuesto puede ser útil para el desarrollo futuro de estas culturas.

- Gestión de proyectos comerciales

El uso de proyectos empresariales en desarrollo para gestionar el patrimonio cultural inmaterial está actualmente en fase de desarrollo. Esto se debe a que muchas empresas con capacidades comerciales no pueden darse cuenta de la importancia de la gestión del PCI, mientras que las organizaciones que pueden darse cuenta de su importancia no tienen los recursos y capacidades pertinentes. Sin embargo, si el PCI se convierte en un proyecto de carácter comercial, podrá recibir más fondos y recursos para su gestión y podrá llegar a un público más amplio. Sin embargo, el gobierno está examinando estos proyectos para evitar la "capitalización" de la cultura pura, que podría dar lugar a "tendencias sociales" inadecuadas.

- Gestión de los representantes del PCI

Los representantes del patrimonio cultural inmaterial son muy importantes porque controlan el contenido de este tipo de cultura. Sin embargo, el envejecimiento actual de los representantes del PCI en China es grave y no son capaces de utilizar bien estos contenidos culturales para mejorar su calidad de vida. Por lo tanto, estos representantes son más adecuados para ser gestionados porque tienen una capacidad limitada para gestionar sus dominios culturales intangibles conocidos y no pueden ser unidos, interoperables y compatibles.

Todos los métodos de gestión mencionados anteriormente, independientemente de cuál sea, no pueden separarse de la gestión del gobierno. En China, sólo pueden desarrollarse mejor con el reconocimiento y la coordinación del gobierno.

5.2 Conclusiones sobre la actitud del público hacia el PCI

La actitud actual del público chino hacia el patrimonio cultural inmaterial es, en general, positiva, como se desprende de los dos cuestionarios anteriores. La mayoría de la gente es muy optimista sobre el desarrollo del patrimonio cultural inmaterial y quiere participar en él. Asimismo, el pueblo chino muestra una fuerte

confianza cultural y un sentimiento de "superioridad" sobre su propia cultura tradicional. Sin embargo, la comprensión del público en general sobre el patrimonio cultural inmaterial es demasiado parcial y, aunque sus actitudes son positivas, sus acciones reales distan mucho de ser adecuadas.

5.3 Conclusiones sobre el estado de desarrollo del PCI en China

A través de una serie de entrevistas y encuestas, se puede comprobar que el actual gobierno chino presta cada vez más atención a la protección y el desarrollo del patrimonio cultural inmaterial, y bajo la llamada e influencia del gobierno, el público tiene un conocimiento básico de la protección y el desarrollo de estas culturas. Al mismo tiempo, la calidad de las actividades relacionadas con la preservación y el desarrollo cultural llevadas a cabo por organizaciones sin ánimo de lucro, con el apoyo de las políticas gubernamentales, también es cada vez mayor. Algunos proyectos comerciales también han empezado a acercarse gradualmente al tema del patrimonio cultural inmaterial, lo que supone una mejor tendencia de desarrollo. Sin embargo, la escasez de fondos y recursos, la falta de buenos proyectos comerciales y de creatividad, y la comprensión unilateral de la connotación cultural entre el público son los tres problemas mencionados que enfrenta el desarrollo del patrimonio cultural inmaterial en China en la actualidad.

6. Sugerencias para la gestión

6.1 Recomendaciones para la gestión del PCI de China

Basándose en el análisis previo del estado de la gestión del patrimonio cultural inmaterial en China, los autores ofrecen las siguientes recomendaciones.

- El gobierno no puede centrarse por completo en el desarrollo cultural mientras hace malabares con el desarrollo de una ciudad; por tanto, podría delegar en una organización específicamente encargada de ayudar al gobierno a co Gestionar el patrimonio cultural inmaterial local.
- Simplificar el proceso de solicitud para las organizaciones sin ánimo de lucro relacionadas con el PCI y aumentar la profesionalidad de los responsables de las organizaciones culturales para mejorar la calidad de las organizaciones y hacer menos difícil la solicitud.
- El gobierno debería tomar la iniciativa de atraer inversiones y enseñar más derechos y opciones de diseño a las empresas u organizaciones capaces, y también dar diseños de proyectos al público para obtener más y mejores ideas de desarrollo.
- Seguir llevando el patrimonio cultural inmaterial a las escuelas, al tiempo que se refuerza la integración cultural de la escuela y la sociedad entre sí. Por ejemplo, los estudiantes que han aprendido el contenido cultural pertinente pueden ser utilizados como voluntarios para difundir estas culturas al público en general en la comunidad.

6.2 Sugerencias para el desarrollo del PCI de China

Para el desarrollo futuro del patrimonio cultural inmaterial de China, el autor tiene las siguientes sugerencias.

- El desarrollo cultural también debe atender al mercado de consumo tanto como a la promoción comercial. En la actualidad, cada vez más jóvenes se interesan por la cultura tradicional, por lo que el patrimonio cultural inmaterial puede combinarse plenamente con la moda, los videojuegos, los espectáculos de variedades y otros alimentos que gustan a los jóvenes, lo que atrae a más personas a unirse al equipo de protección y difusión del patrimonio cultural inmaterial.
- Hoy en día, es la era del "entretenimiento nacional", por lo que estos elementos culturales pueden integrarse en el entretenimiento. El objetivo es atraer a más empresas para que identifiquen oportunidades de negocio y participen activamente en el diseño de proyectos relacionados con el patrimonio cultural inmaterial, estimulando así una mayor creatividad. La cultura se desarrolla mientras se crea

valor económico.

- Para los niños en edad escolar, el PCI puede ser obligatorio en las escuelas e incluirse en los exámenes. Como China es un "país de grandes exámenes", los estudiantes y los padres se toman los exámenes muy en serio, y esta es una medida obligatoria que no es muy amigable, pero que podría ser muy efectiva.

6.3 Sugerencias para la protección del PCI de China

Para la propuesta de conservación del patrimonio cultural inmaterial de China, primero es necesario determinar la dirección de la conservación. Los autores sostienen que el componente de conservación debe centrarse en tres áreas: los representantes culturales intangibles, las organizaciones sin ánimo de lucro y los diseñadores de la creatividad cultural.

En primer lugar, los representantes del PCI son una parte importante de la transmisión y el desarrollo continuos de la cultura, ya que tienen la totalidad del PCI. Protegerlos es apoyar su estudio en profundidad de esa cultura y animarlos a convertir ese contenido en materiales comunicables, como textos o imágenes, y a documentar ese contenido en su totalidad con equipos modernos. Por supuesto, también debe haber una ayuda sustancial, como garantizar sus ingresos y su nivel de vida. El hecho es que muchas de las personas que realmente dominan estas culturas no tienen más energía para mantener su nivel de vida, y permitirles estudiarlas y difundirlas más intensamente en un entorno cómodo sería también una forma de protegerlas.

La segunda es proteger la pureza de las organizaciones sin ánimo de lucro. Con el rápido desarrollo actual de la sociedad, muchas personas ganan dinero en busca de una mayor calidad de vida sin tener en cuenta las consecuencias. Dado que el patrimonio cultural inmaterial no aporta beneficios económicos inmediatos a la sociedad, algunas OSAL pueden cambiar su naturaleza "no lucrativa" y aprovechar esas oportunidades para enriquecerse. Sin embargo, estas organizaciones desempeñan un papel muy importante en la transmisión de la PCI, y es importante protegerlas para que no cambien su naturaleza en aras de la supervivencia. La protección puede adoptar la forma de políticas de facilitación o de apoyo financiero y de recursos, etc. Sin embargo, la financiación y los recursos siempre han sido un reto, por lo que el gobierno puede construir una plataforma en la que las organizaciones sin ánimo de lucro y las empresas puedan intercambiar ideas, promoviendo así la generación de proyectos creativos.

La tercera es fomentar el diseño de la creatividad cultural y proteger a los diseñadores de la misma. El gobierno puede crear un fondo especial de recompensas para atraer a estos diseñadores creativos, y la misma creatividad puede ser patentada o utilizada por el gobierno para atraer inversiones. La protección de los creadores culturales puede promover la creación de nuevos proyectos culturales y permitir que este patrimonio cultural inmaterial se difunda más rápidamente y genere valor económico.

7.Limitaciones y futura investigación

Las limitaciones del estudio se deben principalmente al número limitado de personas, el alcance y los canales de investigación. Los autores estaban en España cuando investigaron el tema, pero la investigación se realizó en China. Las entrevistas se realizaron por videoconferencia en línea, y la encuesta se encargó a amigos de China para que ayudaran a distribuirla. Las limitaciones espaciales hicieron que la encuesta se distribuyera principalmente en el centro de China, y que se entrevistara a más mujeres que hombres. Además, debido a la limitación del círculo de amigos, el nivel educativo de los encuestados era mayoritariamente superior al universitario. Por lo tanto, el grupo de estudio tiene limitaciones y no puede reflejar la situación de todas las regiones y personas de todos los niveles educativos en China, pero es el mejor esfuerzo del autor.

En segundo lugar, dado que hay pocos estudios relacionados con el patrimonio cultural inmaterial en China, hay fuertes limitaciones en la literatura a la que los autores pueden referirse, y gran parte del contenido de la literatura está en chino, e incluso hay muy poca literatura en inglés. Además, la capacidad de traducción del autor es limitada y no puede reaccionar el contenido completo de la cultura intangible china en el artículo.

El desarrollo y la investigación actuales del patrimonio cultural inmaterial en China se encuentran en una fase preliminar de desarrollo, y la literatura y los datos pertinentes son escasos. El autor también se encontró con este problema durante el proceso de investigación, por lo que dedicó tres meses a recopilar los datos pertinentes. Los datos y el análisis de este artículo pueden proporcionar datos fiables para la investigación académica pertinente, y contribuir así a un mayor desarrollo de la investigación sobre el patrimonio cultural inmaterial en China.

El análisis de la situación actual que se desprende del estudio puede ayudar a los gobiernos, las empresas, las organizaciones sin ánimo de lucro y los representantes del patrimonio cultural inmaterial a comprender plenamente la situación actual. Además, las recomendaciones pueden ser útiles para los departamentos gubernamentales, las organizaciones sin ánimo de lucro, las industrias culturales y creativas y los diseñadores culturales y creativos. También sería muy beneficioso para el gobierno si está dispuesto a aceptar las opiniones pertinentes.

La investigación de este artículo aún tiene mucho que explorar en profundidad, como la percepción del público del patrimonio cultural inmaterial y la dirección de

desarrollo de las organizaciones sin ánimo de lucro en el ámbito de la cultura y el arte. Por lo tanto, las futuras investigaciones se centrarán en la planificación del desarrollo del mercado del patrimonio cultural inmaterial de China, el diseño de proyectos culturales y creativos, y las estrategias de desarrollo de las organizaciones sin ánimo de lucro relacionadas.

Por último, el autor sólo ha estudiado español durante más de un año y no es tan bueno en la aplicación del idioma, por lo que muchas partes de la presentación pueden no ser apropiadas. Además, el tiempo del estudio era ajustado, ya que no había muchos datos, por lo que tuvieron que recopilarlos ellos mismos, y la carga de trabajo era enorme, todo el proceso de recopilación de datos duró casi 3 meses, por lo que la limitación de tiempo provocó la falta de un análisis exhaustivo. El autor dedicará más tiempo al aprendizaje de idiomas y a la recopilación de datos relacionados con él, y espera seguir investigando este tema en el futuro.

Referencias

Canadian Commission for UNESCO (2019) "Understanding Intangible Cultural Heritage." Available at: <https://en.ccunesco.ca/blog/2019/10/understanding-intangible-cultural-heritage> [Último acceso: 28 6 2021].

Centro de Asia-Pacífico (2021) "Problemas Comunes." Available at: http://www.crihap.cn/2014-10/09/content_18714032.htm [Último acceso: 30 junio 2021].

Departamento de Patrimonio Cultural Inmaterial, Ministerio de Cultura y Turismo (2020) "Carta del Ministerio de Cultura y Turismo en respuesta a la propuesta nº 0979 (nº 050, Cultura y Propaganda) de la Tercera Sesión del XIII Comité Nacional de la Conferencia Consultiva Política del Pueblo Chino. " Available at: http://zwgk.mct.gov.cn/zfxxgkml/zhgl/jytadf/202012/t20201204_907070.html [Último acceso: 15 marzo 2021].

Diario de la Juventud de China (2019) "*Los elementos culturales tradicionales en el diseño de moda, el aumento de la tendencia nacional es ahora.*" Available at: https://www.sznews.com/fashion/content/2019-08/15/content_22388254.htm [Último acceso: 15 marzo 2021].

Duan, X. (2019) "*Investigación sobre Clasificación del Patrimonio Inmaterial y Construcción de Metasistemas de Etapa de Patrimonio Inmaterial.*" Available at: http://www.ihchina.cn/luntan_details/18955.html [Último acceso: 20 junio 2021].

El Congreso Nacional del Pueblo de la República Popular de China (2011) "*Ley del patrimonio cultural inmaterial de la República Popular de China (Orden presidencial núm. 42 de la República Popular de China).*" Available at: http://www.ihchina.cn/zhengce_details/11569 [Último acceso: 17 marzo 2021].

Gao, B., 2013. La protección del patrimonio cultural inmaterial de China y el fin de la revolución cultural. *Era Abierta*, 5, pp. 143-152.

Guo Qian, W. J. (2019) "*Los jóvenes pagan por la cultura tradicional ante la "marea nacional".*" Available at: <http://news.cctv.com/2019/11/16/ARTIumOAJ0W5uUITj9mplo0q191116.shtml> [Último acceso: 15 marzo 2021].

Han, Z, 2014. *La herencia de la integridad cultural china y la inclusión* [Entrevista] (25 3 2014).

Johnny Ho, Felix Poh, Jia Zhou, Daniel Zipser (2019) "*China consumer report 2020: The many faces of the Chinese consumer.*" Available at: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/china/china-consumer-report-2020-the-many-faces-of-the-chinese-consumer> [Último acceso: 16 marzo 2021].

Kuo, J. (2017) Xi calls for enhancement of China's cultural soft power - People's Daily Online, CNTV. Available at: <http://en.people.cn/n3/2017/1018/c90000-9281415.html> [Último acceso: 27 marzo 2021].

Li, G. (2017) "*Tendencias nacionales y conciencia local: de la confianza cultural a la confianza en la marca.*" Available at: <https://www.yicai.com/news/100913051.html> [Último acceso: 15 abril 2021].

National Bureau of Statistics of China (2020) "*Annual Data*" Available at: <http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/> [Último acceso: 8 abril 2021].

Oficina General de la Comisión Nacional de Desarrollo y Reforma de la República Popular China (2005) "*Opiniones de la Oficina General del Consejo de Estado sobre el fortalecimiento de la protección del patrimonio cultural inmaterial en China*" Available at: http://www.gov.cn/gongbao/content/2005/content_63227.htm [Último acceso: 15 abril 2021].

Orr, G. (2019) "*What can we expect in China in 2020?*" Available at: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/china/what-can-we-expect-in-china-in-2020> [Último acceso: 15 marzo 2021].

Schreiber, H., 2017. Intangible Cultural Heritage and Soft Power- Exploring the Relationship. *International Journal of Intangible Heritage*, pp. 44-57.

Shi Yilong, Abibullah Kader (2012) "*El sujeto cultural: el elemento más central del valor intrínseco del patrimonio*" Available at: <http://www.ihchina.cn/Article/Index/detail?id=8058> [Último acceso: 19 marzo 2021].

Sui, J. (2019) "*romover la prosperidad y el desarrollo cultural con innovación tecnológica*" Available at: http://www.cas.cn/zjs/201909/t20190905_4713091.shtml [Último acceso: 12 marzo 2021].

Wang, Z. (2019) "*Diversidad como uno: la visión de Xi Jinping sobre la etnicidad*" Available at: http://www.xinhuanet.com/politics/xxjxs/2019-09/29/c_1125054038.htm [Último acceso: 17 marzo 2021].

Xiaomei Zhou, Li Yan, 2019. Study on Tourism Development Mode of Intangible Cultural Heritage. *Advances in Economics, Business and Management Research*, pp. 341-344.

Xinhua (2019) "*China Focus: China builds intangible cultural heritage protection network*" Available at: http://www.xinhuanet.com/english/2019-06/08/c_138127380.htm [Último acceso: 21 marzo 2021].

Zhao, L., 2014. Cultura tradicional y poder blando cultural. *New Heights (Bimonthly)*, 33(1), pp. 122-127.

Zhao, L., 2014. Cultura tradicional y poder blando cultural. *New Heights (Bimonthly)*, 33(1), pp. 122-127.

Zhao, L., 2014. Cultura tradicional y poder cultural blando. *New Heights*, pp. 123-127.

Zhou Xiaomei, Li Yan, 2019. Study on Tourism Development Mode of Intangible Cultural Heritage. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 118(MSIE 2019), pp. 341-344.

Anexo 1 Preguntas de la entrevista

La recopilación de datos adoptó una combinación de entrevistas y cuestionarios. Los entrevistados seleccionaron 5 herederos del patrimonio cultural inmaterial, que son herederos del patrimonio cultural inmaterial de música, arte, artesanías y habilidades tradicionales, y gerentes de proyectos relacionados. En respuesta a ellos, inicialmente diseñé 6 preguntas.

Además, las fiestas y las costumbres populares también forman parte del patrimonio cultural inmaterial, he realizado un cuestionario para este campo. Se estima que el número de cuestionarios será de unos 150.

Las preguntas de la entrevista y el cuestionario son los siguientes:

Preguntas de entrevista

La entrevista está dirigida a los herederos del patrimonio cultural inmaterial de China. Desde este ámbito, analizo desde los aspectos de la música, el arte, la artesanía, las artes marciales, etc.

1. Como heredero (o administrador) del patrimonio cultural inmaterial, ¿qué piensa (encuentra) de las dificultades actuales que enfrenta el patrimonio cultural inmaterial en la continuación y el desarrollo?
2. ¿A qué aspectos cree que se debería prestar atención si se desarrolla el patrimonio cultural inmaterial?
3. ¿Qué medidas relacionadas del actual gobierno cree que son de gran ayuda para la difusión del patrimonio cultural inmaterial?
4. ¿Qué tipo de valor cree que puede crear el patrimonio cultural inmaterial?
¿Ayuda al desarrollo de la sociedad china contemporánea?
5. ¿Cree que las organizaciones sociales (OSAL y ONG) son útiles para difundir el patrimonio cultural inmaterial? Si es así, ¿cómo cree que estas organizaciones deberían difundir el patrimonio cultural inmaterial y servir al público? Si no ayuda, explique su opinión.
6. ¿Cuál crees que es la mejor manera de difundir el patrimonio cultural inmaterial?
¿O cómo te gustaría difundirlo?

CUESTIONARIO SOBRE EL PATRIMONIO INMATERIAL DE CHINA

Soy alumna de Máster en Economía de la Cultura y Gestión Cultural de la Universidad de Valladolid de España. Actualmente estoy investigando el status quo del patrimonio cultural inmaterial de China. Las siguientes preguntas se centran principalmente en la investigación del estado actual del patrimonio cultural inmaterial de China en China. El cuestionario es anónimo y la información obtenida será tratada de forma global.

PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL

EVALÚE CUAL ES SU GRADO DE CONOCIMIENTO SOBRE EL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL

Completamente desconocido 1 2 3 4 5 Muy conocido

SELECCIONE SU NIVEL DE CONOCIMIENTO DEL SIGUIENTE PATRIMONIO INMATERIAL

Literatura tradicional	1	2	3	4	5
Música folk	1	2	3	4	5
Danza tradicional	1	2	3	4	5
Opera tradicional	1	2	3	4	5
Acrobacia	1	2	3	4	5
Arte tradicional	1	2	3	4	5
Artesanía tradicional	1	2	3	4	5
Medicina tradicional	1	2	3	4	5
Festival tradicional	1	2	3	4	5

¿QUÉ MEDIDAS CREE QUE DEBERÍAN ADOPTARSE PARA UNA MEJOR TRANSMISIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL?

Mayor publicidad	<input type="checkbox"/>
Un aumento de la inversión gubernamental	<input type="checkbox"/>
Desarrollo conjunto con organizaciones no gubernamentales (Asociaciones, sociedades...)	<input type="checkbox"/>
Crear escuelas para promocional el patrimonio cultural inmaterial a la universidad	<input type="checkbox"/>
Otros.....	<input type="checkbox"/>

¿CUÁLES CREE QUE SON LAS RAZONES DE LA PÉRDIDA DE PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL (ARTESANÍA TRADICIONAL, ARTE POLUPAR...)

Insuficiente protección gubernamental	<input type="checkbox"/>
Escasa atención pública	<input type="checkbox"/>
Falta de interés de la juventud hacia este tipo de patrimonio	<input type="checkbox"/>
No aportación de valor económico y cultural a la sociedad	<input type="checkbox"/>
Otros.....	<input type="checkbox"/>

¿CUÁL CREE QUE ES EL MAYOR PROBLEMA AL QUE SE ENFRENTA EL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL?

Falta de efectividad en su protección	<input type="checkbox"/>
Falta de concienciación por parte de las personas	<input type="checkbox"/>
Herederos ancianos	<input type="checkbox"/>
El impacto de la cultura moderna y extranjera	<input type="checkbox"/>
Otros.....	<input type="checkbox"/>

SI TUVIESE LA OPORTUNIDAD DE PODER HERADAR UN PATRIMONIO INTANGIBLE, ESTARÍA DISPUESTO ADQUIRIR CONOCIMIENTOS SOBRE ELLA.

Dispuesto	<input type="checkbox"/>
Reacio	<input type="checkbox"/>
Solo estaría dispuesto si es de mi interés	<input type="checkbox"/>

CUÁL ES SU OPINIÓN SOBRE LAS PERSPECTIVAS DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL

Muy optimistas 1 2 3 4 5 Muy pesimistas

INFORMACIÓN PERSONAL

SEXO

- Hombre
 Mujer

EDAD

- 18 años 30 a 39 años 50 a 59 años
 19 a 29 años 40 a 49 años Más de 60 años

ESTUDIOS

- Estudios Primarios Educación Vocacional
 Escuela Intermedia Universidad

¡MUCHAS GRACIAS POR SU COOPERACIÓN!

Estudio 2

Soy alumna de Máster en Economía de la Cultura y Gestión Cultural de la Universidad de Valladolid de España. Actualmente estoy investigando el status quo del patrimonio cultural inmaterial de China. Las siguientes preguntas se centran principalmente en la investigación del estado actual del patrimonio cultural inmaterial de China en China. El cuestionario es anónimo y la información obtenida será tratada de forma global.

PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL

Indique su valoración de las fiestas tradicionales

No me gustan en absoluto 1 2 3 4 5 Me gustan mucho

Evalúe su grado de implicación y participación en los siguientes festivales

	<i>No participo</i>	1	2	3	4	5	<i>Participo activamente</i>
Festival de primavera		1	2	3	4	5	
Festival de lanternas		1	2	3	4	5	
Día de San Valentín		1	2	3	4	5	
Festival Ching Ming		1	2	3	4	5	
Día de la Madre		1	2	3	4	5	
Festival del Bote del Dragón		1	2	3	4	5	
Festival Qixi		1	2	3	4	5	
Festival de mitad de año		1	2	3	4	5	
Festival Doble Noveno		1	2	3	4	5	
Vispera de Todos los Santos		1	2	3	4	5	
Acción de Gracias		1	2	3	4	5	
Navidad		1	2	3	4	5	

¿Cómo valora las fiestas tradicionales chinas?

	<i>Totalmente en desacuerdo</i>	1	2	3	4	5	<i>Totalmente de acuerdo</i>
Me gusta su ambiente festivo		1	2	3	4	5	
Me parecen interesantes las costumbres de nuestros antepasados		1	2	3	4	5	
Los mayores de mi familia me han influido		1	2	3	4	5	
No me divierto con ellas porque son aburridas		1	2	3	4	5	
Las costumbres están desactualizadas		1	2	3	4	5	
La gente que me rodea no celebra estos festivales		1	2	3	4	5	
Los festivales extranjeros son más interesantes		1	2	3	4	5	
Creo que la cultura tradicional china está muy relacionada con mi vida diaria		1	2	3	4	5	
Me siento totalmente identificado con las fiestas tradicionales chinas		1	2	3	4	5	
Siento que las fiestas y tradiciones chinas forman parte de mi vida.		1	2	3	4	5	

Creo que las fiestas y tradiciones chinas deben mantener su autenticidad	1	2	3	4	5
No me gusta que las fiestas y tradiciones chinas cambien	1	2	3	4	5
No me gusta que las fiestas y tradiciones se adapten para atraer turistas	1	2	3	4	5
Las fiestas tradicionales chinas son mejores que las de otras culturas	1	2	3	4	5
Las fiestas y tradiciones importadas de otros países me causan rechazo	1	2	3	4	5
No me gusta participar en tradiciones importadas de otros países	1	2	3	4	5
Me gusta que las fiestas y tradiciones se adapten a los nuevos tiempos y se combine lo antiguo con lo nuevo	1	2	3	4	5

¿Cuál es su grado de vinculación con la promoción y difusión de la cultura tradicional?

No escatimo esfuerzos para difundir la cultura tradicional	1	2	3	4	5
Si tengo la oportunidad, difundiré la cultura, estoy feliz de hacer tal cosa.	1	2	3	4	5
No deseo difundir la cultura tradicional , soy más receptivo a lo nuevo	1	2	3	4	5
Creo que no tiene nada que ver conmigo, solo soy una persona común, y difundir la cultura está demasiado lejos para mí.	1	2	3	4	5

INFORMACIÓN PERSONAL

EDAD:

GÉNERO: Hombre / Mujer

RENTA (se pueden poner tramos de renta)

ZONA DE RESIDENCIA Rural / Urbana

FORMACIÓN/ EDUCACIÓN.

¡MUCHAS GRACIAS POR SU COOPERACIÓN!



**CARTA DE PERMISO PARA REALIZAR ENTREVISTA Y
USAR NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN**

Hu Junyao,
Alumno de la Máster en Economía de La Cultura y Gestión Cultura
Universidad de Valladolid, España

Fecha:

Estimada Junyao,

**PERMISO PARA REALIZAR INVESTIGACIONES Y USAR NOMBRE DE
LA ORGANIZACIÓN**

De acuerdo con su solicitud recibida, he llegado a saber que está interesado en realizar una investigación sobre nuestra organización. Los objetivos propuestos de su estudio son:

- (a) Conocer más información sobre la cultura china del patrimonio inmaterial y las organizaciones sin fines de lucro en el campo de la cultura o sector relevante.
- (b) Sugerir una solución estratégica para superar los desafíos.

Por la presente doy mi consentimiento y aprobación para realizar una entrevista de mi propia experiencia y para utilizar las informaciones para su investigación.

Un Saludo Cordial,

Firma:

Máster en Economía de La Cultura y Gestión Cultura
JUNYAO HU

**CARTA DE PERMISO PARA REALIZAR ENTREVISTA Y
USAR NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN**

Hu Junyao,
Alumno de la Máster en Economía de La Cultura y Gestión Cultural
Universidad de Valladolid, España

Fecha:

Estimada Junyao,

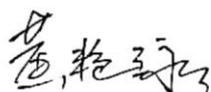
**PERMISO PARA REALIZAR INVESTIGACIONES Y USAR NOMBRE DE
LA ORGANIZACIÓN**

De acuerdo con su solicitud recibida, he llegado a saber que está interesado en realizar una investigación sobre nuestra organización. Los objetivos propuestos de su estudio son:

- (a) Conocer más información sobre la cultura china del patrimonio inmaterial y las organizaciones sin fines de lucro en el campo de la cultura o sector relevante.
- (b) Sugerir una solución estratégica para superar los desafíos.

Por la presente doy mi consentimiento y aprobación para realizar una entrevista de mi propia experiencia y para utilizar las informaciones para su investigación.

Un Saludo Cordial,

Firma: 

Máster en Economía de La Cultura y Gestión Cultural
JUNYAO HU

**CARTA DE PERMISO PARA REALIZAR ENTREVISTA Y
USAR NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN**

Hu Junyao,
Alumno de la Máster en Economía de La Cultura y Gestión Cultura
Universidad de Valladolid, España

Fecha:

Estimada Junyao,

**PERMISO PARA REALIZAR INVESTIGACIONES Y USAR NOMBRE DE
LA ORGANIZACIÓN**

De acuerdo con su solicitud recibida, he llegado a saber que está interesado en realizar una investigación sobre nuestra organización. Los objetivos propuestos de su estudio son:

- (a) Conocer más información sobre la cultura china del patrimonio inmaterial y las organizaciones sin fines de lucro en el campo de la cultura o sector relevante.
- (b) Sugerir una solución estratégica para superar los desafíos.

Por la presente doy mi consentimiento y aprobación para realizar una entrevista de mi propia experiencia y para utilizar las informaciones para su investigación.

Un Saludo Cordial,

Firma: 

Máster en Economía de La Cultura y Gestión Cultura
JUNYAO HU

**CARTA DE PERMISO PARA REALIZAR ENTREVISTA Y
USAR NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN**

Hu Junyao,
Alumno de la Máster en Economía de La Cultura y Gestión Cultural
Universidad de Valladolid, España

Fecha:

Estimada Junyao,

**PERMISO PARA REALIZAR INVESTIGACIONES Y USAR NOMBRE DE
LA ORGANIZACIÓN**

De acuerdo con su solicitud recibida, he llegado a saber que está interesado en realizar una investigación sobre nuestra organización. Los objetivos propuestos de su estudio son:

- (a) Conocer más información sobre la cultura china del patrimonio inmaterial y las organizaciones sin fines de lucro en el campo de la cultura o sector relevante.
- (b) Sugerir una solución estratégica para superar los desafíos.

Por la presente doy mi consentimiento y aprobación para realizar una entrevista de mi propia experiencia y para utilizar las informaciones para su investigación.

Un Saludo Cordial,

Firma:



Máster en Economía de La Cultura y Gestión Cultural
JUNYAO HU

**CARTA DE PERMISO PARA REALIZAR ENTREVISTA Y
USAR NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN**

Hu Junyao,
Alumno de la Máster en Economía de La Cultura y Gestión Cultural
Universidad de Valladolid, España

Fecha:

Estimada Junyao,

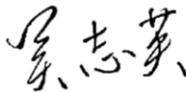
**PERMISO PARA REALIZAR INVESTIGACIONES Y USAR NOMBRE DE
LA ORGANIZACIÓN**

De acuerdo con su solicitud recibida, he llegado a saber que está interesado en realizar una investigación sobre nuestra organización. Los objetivos propuestos de su estudio son:

- (a) Conocer más información sobre la cultura china del patrimonio inmaterial y las organizaciones sin fines de lucro en el campo de la cultura o sector relevante.
- (b) Sugerir una solución estratégica para superar los desafíos.

Por la presente doy mi consentimiento y aprobación para realizar una entrevista de mi propia experiencia y para utilizar las informaciones para su investigación.

Un Saludo Cordial,



Firma:

Máster en Economía de La Cultura y Gestión Cultural
JUNYAO HU

**CARTA DE PERMISO PARA REALIZAR ENTREVISTA Y
USAR NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN**

Hu Junyao,
Alumno de la Máster en Economía de La Cultura y Gestión Cultural
Universidad de Valladolid, España

Fecha:

Estimada Junyao,

**PERMISO PARA REALIZAR INVESTIGACIONES Y USAR NOMBRE DE
LA ORGANIZACIÓN**

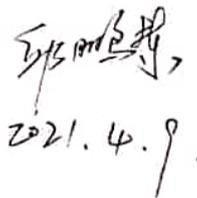
De acuerdo con su solicitud recibida, he llegado a saber que está interesado en realizar una investigación sobre nuestra organización. Los objetivos propuestos de su estudio son:

- (a) Conocer más información sobre la cultura china del patrimonio inmaterial y las organizaciones sin fines de lucro en el campo de la cultura o sector relevante.
- (b) Sugerir una solución estratégica para superar los desafíos.

Por la presente doy mi consentimiento y aprobación para realizar una entrevista de mi propia experiencia y para utilizar las informaciones para su investigación.

Un Saludo Cordial,

Firma:



2021.4.9.

Máster en Economía de La Cultura y Gestión Cultural
JUNYAO HU