

Tino Carreño Morales*

Resumen

Los festivales ocupan un lugar especial en casi todas las culturas, más allá de su singularidad como manifestación artística. Se tipifican como eventos culturales o artísticos perecederos e intangibles que favorecen las interrelaciones personales, desarrollan un aspecto ceremonioso o de ritual y requieren de una atmósfera propicia. En cuanto a espectáculo en vivo se caracteriza por poseer una programación múltiple, excepcional, abierta al público, una temporalidad limitada y una periodicidad estable.

Su estudio se engloba en el campo más amplio de los eventos, aunque se destacan tres grandes enfoques en sus abordajes teóricos e investigativos: el socio-antropológico, centrado en el papel, significado e impacto de los festivales en la sociedad y la cultura; turístico-económico, centrado en la evaluación del impacto económico, el marketing y la planificación del destino, o la motivación de los asistentes; y el enfoque de gestión, centrado en las temáticas del marketing, la planificación estratégica, los grupos de interés, la evaluación y las estructuras de gobernanza.

En España los festivales, adquieren su mayor desarrollo cuantitativo a partir de 1930, pero es desde los años 80 que se potencian con la implantación tardía de los paradigmas de la democratización de la cultura y de la democracia cultural, la favorable coyuntura económica y política existente en el país. Estudios recientes establecen que el “aumento del número de festivales en España en el período 1990-2007 puede explicarse por su bajo riesgo social y político, así como por la posibilidad de conseguir notoriedad ante los medios de comunicación”. El papel desempeñado por la administración pública, como fuente de financiación de estas estructuras (en algunos casos de manera directa y, en otros, indirecta) ha sido fundamental.

En este texto se presenta lo relacionado a la institucionalidad, misión, objetivos, definición y perfil de las audiencias de los Festivales en España; se describen elementos clave de éstos tales como géneros, ubicación territorial, temporalidad, programación, inversión y presupuesto.

Palabras clave: Festivales, gestión, España, eventos, industria cultural.

Recibido: Abril 16 de 2015 **Aprobado:** Mayo 20 de 2015

*Doctor en gestión de la cultura y patrimonio. Facultad de Economía y Empresa. Universidad de Barcelona. Email: tinocarreno@ub.edu

Summary

The festivals have a special place in almost all cultures, beyond its uniqueness as an art form. They are classified as cultural or artistic events perishable and intangible favoring personal relationships, develop a ceremonial or ritual aspect and require a propitious atmosphere. As for live show it is characterized because has a multiple programming, exceptional, open to the public, a limited temporary and a stable periodicity.

Its study is included in the broader field events, although there are three important approaches in their theoretical and research approaches: the socio-anthropological focused on the role, significance and impact of festivals in society and culture; touristic-economic, focused on evaluating the economic impact, marketing and planning destination, or the motivation of assistants; and management approach, focusing on the topics of marketing, strategic planning, interest groups, evaluation and governance structures.

In Spain festivals acquire their greatest quantitative development since 1930, but is from the 80s that are enhanced with late implementation of the paradigms of the democratization of culture and cultural democracy, the favorable economic situation and policy that there are in the country. Recent studies state that the “increase in the number of festivals in Spain in the period 1990-2007 can be explained by their low social and political risk as well as the possibility of getting notoriety in the media”. The role of public administration as a source of funding of these structures (in some cases directly and in others indirectly) has been fundamental.

In this text is presented all related to institutional, mission, objectives, definition and profile of the audience of the Festivals in Spain, it describes key elements such as gender, geographical location, timing, programming, investment and budget.

Keywords: Festivals, management, Spain, events, cultural industry.

Received: April 16, 2015 **Approved:** May 20, 2015

*Doctor in culture and heritage management. Faculty of Economics and Business. University of Barcelona. Email: tinocarreno@ub.edu



INTRODUCCIÓN

El siglo XX ha sido el período de tiempo en el que se ha producido un mayor aumento cuantitativo en el ámbito de los festivales. Fenómeno que algunos autores han denominado *festivalización* (Richards 2007; Négrier 2013; Devesa, Baéz, Figueroa, Herrero 2011). Este crecimiento, según Frey (2003) y Frey y Serna (1993), ha venido determinado por unos factores que pueden clasificarse desde el punto de vista de la demanda y de la oferta. En el primer caso (desde la óptica de la demanda), se incluye el incremento de la renta *per cápita*, la reducción de los costes de asistencia, la reducción de los costes de transacción y la reducción de las barreras físicas y psicológicas. El segundo (desde la óptica, esta vez, de la oferta), considera la reducción de los costes de contratación y de utilización de espacios, la reducción de las restricciones, y la reducción del anquilosamiento cultural.

En el caso español, se observa que los festivales, tal y como se entienden actualmente, se comienzan a consolidar en la década de los treinta del siglo pasado (Colomer y Carreño 2011). Y es desde la llegada de la democracia hasta los años previos a la crisis, cuando se produce el período con un mayor desarrollo cuantitativo. Por un lado, la implantación tardía de los paradigmas de la democratización de la cultura y de la democracia cultural en España (a partir de los años ochenta) y, por otro, la favorable coyuntura económica y política existente en esta misma época potenció enormemente su desarrollo. En concreto, Bonet (2011: 83) establece que el “gran aumento del número de festivales en España en el período 1990-2007 puede explicarse [...] por su relativamente bajo riesgo social y político, su intensidad y concentración temporal, y la posibilidad de conseguir mayor notoriedad que la programación estable ante los medios de comunicación”. Además, en todo este proceso, el papel desempeñado por la administración pública, como fuente de financiación de estas estructuras (en algunos casos de manera directa y, en otros, indirecta) ha sido fundamental.

Su gran progreso cuantitativo y cualitativo, sumado al papel e impacto que estos hechos artísticos han tenido en la sociedad moderna, podrían ser, también, otras causas añadidas que han desembocado en el interés académico y la realización de una gran variedad de estudios centrados en el tema. Este mismo autor, a partir del examen de las investigaciones científicas realizadas sobre el mundo de los festivales entre 1972 y 2009, diferencia tres grandes enfoques (Getz 2010c):

- Enfoque socio-antropológico, centrado en el papel, significado e impacto de los festivales en la sociedad y la cultura (con Turnerm Geertz, Abrahams o Falassi, entre los autores más relevantes).
- Enfoque turístico-económico, centrado en la evaluación del impacto económico, el marketing y la planificación del destino, o la motivación de los asistentes (con autores como Vaughan, Frey, Quinn o Richards). El impacto negativo de los mismos es una línea que se encuentra en una fase más embrionaria (Milner, Van Zyl o Botha son algunos autores que trabajan esta temática).
- Enfoque de gestión, centrado históricamente más en la divulgación profesional que en la investigación científica. Las temáticas con mayores referencias son el marketing, la planificación estratégica, la evaluación y las estructuras de gobernanza y grupos de interés (con autores como Frisby, Getz, Andersson, Lee, Johnson, entre otros). De manera más específica, y en relación a las temáticas de esta investigación, la gestión financiera y de recursos humanos son ámbitos relativamente poco estudiados. En general, en el ámbito español, la investigación ha sido aún más escasa, con las meritorias excepciones de, entre otros, Bonet, Crespi-Vallbona, Devesa, Herrero- Prieto, López-Bonilla y Sanz-Lara. Y en el ámbito internacional, se han destacado también Goldblatt, Inkei, Klaić, Négrier o Richards, además de los citados anteriormente y de los incluidos en la bibliografía.



Los festivales están enmarcados en un entorno y deben adaptarse a los condicionamientos que en él existen o se producen (Bonet 2011; Getz 2002; Andersson y Carlsen 2011). Por tanto, es imprescindible considerar la situación económica y social, las políticas culturales desarrolladas por los diferentes niveles de administración así como las normativas vigentes en diferentes materias (fiscal, laboral, de seguridad, etc.). En España estos últimos años han estado marcados por una gran crisis económica y presupuestaria y por la implementación de ciertas medidas presentadas como actuaciones para paliar la misma. Esta situación de recesión extensa en España está afectando a estas estructuras periódicas de difusión y exhibición cultural, produciendo en ellas cambios cuantitativos y cualitativos. En el mejor de los casos, los organizadores, están llevando a cabo estrategias de adaptación a la nueva situación. En el peor, estos eventos artísticos podrían o pueden estar viéndose amenazados (Colomer y Carreño 2011). Además, la recesión económica está siendo profunda y cambiante provocando un entorno extremadamente dinámico e impredecible: una amalgama de hechos que ofrece una gran singularidad a este estudio pero también, una enorme complejidad.

presupuestos de las administraciones públicas, resoluciones de convocatorias de subvención, estadísticas económicas y censos de festivales. Con todo ello se ha realizado tanto un tratamiento analítico cuantitativo.

La principal fuente de información fueron los datos cuantitativos obtenidos a través de la realización de tres trabajos de campo con objetos diferentes y espaciados en el tiempo: los festivales audiovisuales, de artes escénicas y de música realizados en *Catalunya* (en el año 2010), los festivales de artes escénicas y de música en España (2012, 2013). La primera idea era tomar el estudio de festivales en *Catalunya* como prueba piloto (aunque se utilizó, asimismo, para presentar resultados en diversos congresos (Bonet y Carreño 2010a y 2010b) para, posteriormente, rediseñar el mismo y ampliarlo al territorio español.

Grafico N1. Planteamiento de la investigación



1.1 EL ESTUDIO DE LAS ESTRATEGIAS GENERALES DE LOS FESTIVALES

- Elaboración y diseño del cuestionario.** El segundo trabajo de campo se divide en dos fases y con dos cuestionarios diferentes: la primera, centrada en los festivales españoles de música y la segunda, centrada en los festivales españoles de artes escénicas. Estos cuestionarios se elaboran tomando como referencia el establecido en el estudio catalán. Sin embargo, en la realización del cuestionario dirigido a los festivales de música intervienen diferentes académicos, investigadores y profesionales del sector europeo pues forma parte de la investigación FESTUDY. Para ello, se asiste a diversas reuniones con la finalidad de establecer las preguntas definitivas. El cuestionario de festivales de artes escénicas, basado en el anterior, se adecúa a los objetivos e hipótesis específicas de la tesis. En ambos casos, se solicitan mayoritariamente datos del año 2011 y alguna referencia al año 2008.

1. METODOLOGÍA

La parte empírica de la investigación se ha centrado, por su lado, en el diseño, realización y análisis de tres cuestionarios con información primaria de los festivales. Esta información se complementa con la cualitativa procedente de sesiones cerradas de trabajo con profesionales (en base a un cuestionario estructurado) y tratamiento de información publicada, sobre todo, en internet. Finalmente, se han utilizado diversas fuentes secundarias:

- **Estructura de los cuestionarios:** La estructura de los cuestionarios de festivales de música y artes escénicas no varía sustancialmente, aunque el primero de ellos está dirigido tanto al territorio español como al resto de países que participaban en el estudio FESTUDY. Las partes comunes de ambos cuestionarios son las siguientes:
- **Texto introductorio:** se especifica el objeto de estudio, a quién se dirige, las subdivisiones del cuestionario y las instrucciones para su cumplimentación.
- **Información genérica sobre el festival:** nombre del festival y del organismo titular del mismo; forma jurídica; fechas de inicio y finalización; municipio y tipología del territorio donde se celebra; número de espectáculos programados, días, espectadores y compañías o conjuntos musicales (del año 2008 y 2011); tipologías de las disciplinas artísticas incorporadas; edad media de los espectadores; variación en los últimos cuatro años respecto a aspectos de gestión y producción, estrategias de cooperación.
- **Información sobre comunicación y prensa:** medios y formas de comunicación; repercusión del festival; utilización de la página web.
- **Información económica:** estructura de costes y de ingresos, políticas de precios y abonos.

Además, en cada uno de los cuestionarios se realizó una parte diferenciada: en el cuestionario de festivales de música, se incluyó un apartado sobre gestión de recursos humanos: número de profesionales invitados; número, tipología de los contratos y área de especialización de los trabajadores que colaboran en el festival; aptitudes y competencias; diferencias de género. En el cuestionario de festivales de artes escénicas, se incorpora una parte en la que se demanda información específica sobre las estrategias de adaptación a la crisis económica y sus posibles efectos.

En ambos casos, una vez confeccionado el cuestionario, se envía una primera prueba piloto a un grupo de 10 profesionales dedicados a la gestión de festivales con el objetivo de obtener un *feed-back* y realizar las correcciones pertinentes.

1.2 MARCO DE LA MUESTRA

Durante el período de determinación de la muestra, no se halla ningún censo a nivel español que incorpore la totalidad de los festivales de artes escénicas y música y que, además, esté sostenido por unos criterios estrictos y objetivos. Uno de los censos existentes es el desarrollado, desde hace décadas, por el Instituto nacional de artes escénicas y música (datos utilizados también por el Instituto nacional de estadística). Éste se divide en dos partes: el censo de teatro y el censo de música y danza. Sin embargo, ninguno de ellos responde, en principio, a los requerimientos necesarios para la confección de este proyecto. Por este motivo, al igual que en el caso del estudio catalán mencionado, es necesaria también la confección de un censo propio de festivales tomando como base las mismas fuentes de información pero ampliándolas a otros recursos focalizados en el territorio español. Una vez construido este censo, se establecen para el presente estudio los siguientes criterios de inclusión:

- **Programación:** un mínimo de cinco espectáculos con asistencia de público no especializado. Desvinculación de la programación incluida en las fiestas mayores o patronales. No se incluyen aquellos eventos caracterizados fundamentalmente por ser unos premios, galas o *workshops* en que solo se puede acceder a través de invitación.
- **Duración:** dos días (o 15 horas seguidas de actividad continuada).
- **Antigüedad:** dos ediciones.
- **Denominación:** una marca independiente y singular.
- **Ámbito:** España.
- **Disponibilidad** de información actualizada en internet

1.3 DIMENSIÓN DE LA MUESTRA

El censo definitivo, determina un universo de 804 festivales (409 de música y 395 de artes escénicas). En la fase una y dos, una vez cerrada la encuesta se cuenta con un total de 189 respuestas. Después de un proceso de depuración, se eliminan 7 encuestas dado que existen respuestas inconexas resultando un total de 182 cuestionarios válidos. Dado que el universo de la investigación está compuesto por 804 festivales y la muestra obtenida es de 182, la fracción de muestreo alcanzada es del 0,23. Este menor tamaño de la muestra en relación al censo,

comparado con el estudio de los festivales catalanes, reduce el nivel de significación explicativa de los resultados. Sin embargo, las grandes tendencias permiten abstraer conclusiones relevantes para la comprobación de las hipótesis. Si el muestreo hubiese sido aleatorio, el margen de error sería de ± 6.4 (con un nivel de confianza del 95%).

1.4. TÉCNICA DE MUESTREO

Tal y como se ha especificado anteriormente, se realiza, en un primer momento, un censo genérico para, posteriormente, a partir de unos criterios establecidos, determinar el universo final. Por tanto, se utiliza para la concreción de la muestra de estudio un muestreo bietápico. La recogida de datos se realiza a través de un muestreo no probabilístico por cuotas. Dado el amplio territorio geográfico de estudio, las cuotas empleadas son establecidas según: el género artístico; el número de habitantes del municipio principal en la que se desarrolla el festival; la elaboración de tres grupos en los que se han clasificado las comunidades autónomas por tamaño de población.

En la tabla número 2, de manera horizontal, se observan los festivales por densidad de población según el universo y según la muestra recogida. De forma vertical, se separan por el género artístico predominante en la programación. Como se puede apreciar, las cuotas son prácticamente similares en ambos casos.

Tabla N2. Cuotas por número de habitantes por municipio y género artístico

| Habitantes | Universo | | | | Muestra | | | |
|--------------------------|--------------|--------------------|-------------|---------------|--------------|--------------------|-------------|---------------|
| | Fest. Música | Fest. A. escénicas | Fest. Total | % Fest. Total | Fest. Música | Fest. A. escénicas | Fest. Total | % Fest. Total |
| < 10.000 hab. | 67 | 68 | 135 | 17% | 15 | 17 | 32 | 18% |
| 10.000 --- 49.999 hab. | 115 | 93 | 208 | 26% | 30 | 20 | 50 | 27% |
| 50.000 --- 99.999 hab. | 48 | 58 | 106 | 13% | 8 | 13 | 21 | 12% |
| 100.000 --- 999.999 hab. | 123 | 118 | 241 | 30% | 27 | 29 | 56 | 31% |
| $\geq 1.000.000$ hab | 43 | 54 | 97 | 12% | 14 | 5 | 19 | 10% |
| Diversos municipios | 13 | 4 | 17 | 2% | 3 | 1 | 4 | 2% |
| Total | 409 | 395 | 804 | 100% | 97 | 85 | 182 | 100% |
| % Total festivales | 51% | 49% | 100% | | 53% | 47% | 100% | |

Por otro lado, otra de las cuotas utilizadas es por comunidades autónomas. En este sentido, se clasifican en tres grupos en función del número de habitantes. En el primer grupo se incluyen: Aragón, Asturias, Cantabria, Ceuta y Melilla, Extremadura, *les Illes Balears*, Navarra, la Rioja, la Región de Murcia. En el segundo: Castilla la Mancha, Castilla y León, *Comunitat Valenciana*, Galicia, las Islas

Canarias y País Vasco. En el último: Andalucía, *Catalunya* y Comunidad de Madrid. Los resultados muestran proporciones similares (tabla número 3).

Tabla N3. Cuotas por tamaño de población de las comunidades autónomas

| Millones de Hab. | Universo | | Muestra recogida | |
|------------------|------------------|------|------------------|------|
| | Total festivales | % | Total festivales | % |
| < 2 | 143 | 18% | 37 | 20% |
| 2 --- 6 | 280 | 35% | 60 | 33% |
| > 6 | 381 | 47% | 85 | 47% |
| Total | 804 | 100% | 182 | 100% |

En la siguiente tabla en la que se resumen las principales características finales de la investigación.

Tabla N4. Ficha técnica resumen para el estudio de los festivales de música y Artes escénicas españoles

| | |
|---|--|
| UNIVERSO | 248 Festivales de cine, música y artes escénicas celebrados en Catalunya en el año 2009 y que cumplen los siguientes criterios: más de dos ediciones, tres o más días de duración, mínimo de seis espectáculos o películas y que poseen una marca independiente. |
| MÉTODO DE RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN | Encuesta auto administrada electrónicamente |
| ENCUESTAS ENVIADAS | 248 |
| TAMAÑO FINAL DE LA MUESTRA | 124 |
| UNIDAD MUESTRAL | Director / gerente del festival |
| PORCENTAJE FINAL DE RESPUESTA | 50% |
| TÉCNICA DE MUESTREO | No probabilístico por cuotas |
| FECHA DEL TRABAJO DE CAMPO | 19 de marzo hasta el 31 de mayo de 2010 |

2. DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL CONCEPTO “FESTIVAL”

“La palabra festival, etimológicamente, procede del latín *festivus* y hace referencia al concepto de festividad. Ramon Llull ya la utiliza en el siglo XIV relacionándola con la fiesta. Pero, no es hasta el siglo XVIII que en inglés se utiliza en el sentido de gran fiesta artística, deportiva o de exhibición.” (Bonet 2009: 7). La Real Academia de la Lengua lo define, en la tercera de sus acepciones, como aquel “conjunto de representaciones dedicadas a un artista o a un arte”. Como se puede observar, esta definición, aunque no deja de ser amplia, se acota más al ámbito de esta investigación, ya que destaca dos elementos principales: “conjunto de representaciones” y “dedicadas a un arte”.

“Los festivales han sido tradicionalmente un tiempo de celebración, descanso y recuperación que seguía, a menudo, a un duro período de trabajo físico, como la cosecha o la recolección. Su característica esencial era la reafirmación de la comunidad o de su cultura; el contenido cultural variaba de unos a otros, y muchos tenían un aspecto espiritual o religioso; pero la música, la danza o el teatro eran elementos importantes de esa celebración” (Devesa 2006: 69-70).

Se podría definir de forma genérica a un festival como un evento cultural único, perecedero e intangible que favorece las interrelaciones personales, presenta una intensidad laboral, posee una duración temporal limitada, desarrolla un aspecto ceremonioso o de ritual y requiere de una atmósfera propicia. Por tanto, se debe considerar a un festival como una tipología de evento cultural o artístico que presenta unas especificidades propias. En consecuencia, se debe construir una acepción también propia, por muy ardua que sea la tarea dada la complejidad de géneros, conceptos, formatos, duración, grado de profesionalidad, territorios, etc. (Inkei 2005; Devesa 2006; Bonet 2009; Zoltán 2010).

Los festivales no dejan de ser construcciones socioculturales que pueden variar de un territorio geográfico a otro (Getz 2007; Getz 2010a; Getz, Andersson y Carlsen, 2010; Zoltán 2010) y que el poder legitimador que ofrece la etiqueta hace muy tentador que sea utilizada, a veces indiscriminadamente, en actividades que, *a priori*, no podrían ser consideradas como tales (Klaic 2006). Así, Guijarro (2008) establece que la proliferación de festivales durante los años anteriores a la crisis económica en España, ha desfigurado el término hasta el punto de que cualquier acto con más de dos grupos es denominado por la organización como un festival.

Desde el punto de vista de las ciencias sociales, tal y como apunta Falassi (1997), un festival se refiere a una celebración periódica hecha de una multiplicidad de formas rituales y eventos que directa o indirectamente afectan a todos los miembros de una comunidad. Además, de manera explícita o implícita, muestra los valores de base, la ideología o la visión del mundo que es compartida por miembros de la comunidad y que es la base de su identidad social. Es importante, en este momento, citar a Vauclare (2009) ya que propone cinco características básicas que deben estar presentes en la creación y desarrollo de cualquier evento cultural:

La presencia de la creación artística.

- La tipología, gestión y ampliación de los públicos.
- La inversión en un lugar y un territorio determinado.
- La concentración en el tiempo y la creación de una unidad de tiempo propia
(reiteración de lo efímero).
- La rareza o excepcionalidad del evento y sus actividades.

En ambas definiciones se puede observar que se hace hincapié en la dimensión temporal, territorial, artística y social que puede o, al menos debiera, cubrir un festival. Así, respecto a la dimensión temporal, Rolfe (1992) también destaca la idea de la regularidad: en este sentido, descarta la inclusión en esta tipología de los eventos improvisados, excesivamente cortos o sin una organización regular y cíclica. Existen autores que mencionan estos aspectos. Entre otros, Rolfe (1992), Falassi (1997), Frey (2000), Vauclare (2009), Golblatt (2011), Bonet (2011), Lyck (2012). De manera más concreta, la Asociación de festivales de flamenco de España, añadiendo un aspecto temporal concreto, define los festivales como aquellos eventos “que se organicen con carácter regular y periodicidad estable, cuyo desarrollo se produce durante un espacio continuado no superior a los 60 días, ni inferior a 7 días, [...]” [1]. Wagner (2007) establece, además, el concepto de concentración temporal como otra característica asociada a los festivales.

La definición ofrecida por el *Arts Council England* incide en la dimensión artística ya que reconoce a los festivales “como un aspecto de la infraestructura artística que puede proporcionar un excelente apoyo para el desarrollo artístico, cultural y de audiencias” (Inkei 2005: 7). Otra acepción ofrecida, que también hace hincapié en la desviación que sufre actualmente el concepto, es la de algunos festivales celebrados en Nueva Zelanda y Canadá. Con el objetivo de paliar esta carencia y ampliando las definiciones anteriores con la dimensión temporal (respecto a la duración) y con un acento claramente artístico, los festivales de Nueva Zelanda realizan las siguientes restricciones:

Que su objetivo primordial sea el desarrollo, presentación y/o participación en las artes. - Que exista un programa concebido, producido, comercializado y presentado como un conjunto con una filosofía artística propia. - Que se celebre en un área territorial definida y en un período de tiempo limitado.

En el caso de los festivales de Canadá se siguen prácticamente los mismos parámetros que en Nueva Zelanda. No obstante, agregan que para participar en el programa *Arts Presentation Canada Program*, “un festival artístico deberá presentar en un corto período de tiempo (normalmente entre tres días y cuatro semanas) una variedad de trabajos creados o producidos por otras organizaciones profesionales o por artistas que trabajen en distintas disciplinas, tales como artes escénicas, artes visuales, artes mediáticas o literatura. Al menos una de las presentaciones deberá ser originaria de otra provincia o territorio canadiense” (Inkei 2005: 7). Así pues, se incluye en esta última definición el aspecto territorial de un festival, tema también tratado por otros autores u organizaciones como Falassi (1997), Festivales Nueva Zelanda, Ministerio de cultura gobierno italiano, Gallina (2007), McKercher, Mei y Tse (2008). Vauclare (2009) o Lyck (2012).

En cuanto a la dimensión social, *Festivals Australia* define el festival como una celebración abierta al público, que posea un carácter periódico y que se organice por miembros de la comunidad con un apoyo colectivo importante. En ésta, pues, se agrega el rol clave de los espectadores. Con estas mismas premisas Wagner (2007) añade que los festivales “son una serie de eventos festivos o especiales con al menos tres programas, preparado para una audiencia, organizado periódicamente, con una fecha clara de inicio y finalización y cuyos objetivos principales son la mediación de los valores y la experiencia comunitaria”. En este sentido, también Lyck (2012) agrega que el festival es un espacio de encuentro y unión de un público con unos gustos similares que entra en contacto a través de la temática artística programada en el evento.

Por otro lado, la definición del Departamento del espectáculo del Ministerio de cultura del gobierno italiano ahonda en este orden de cosas en la importancia del desarrollo de un proyecto congruente y estructurado: un festival “es una manifestación que comprende una pluralidad de espectáculos [...] en el ámbito de un proyecto cultural coherente, efectuado en un período de tiempo limitado y en un mismo lugar” (Gallina 2007: 335). A esta definición de festivales, la misma autora agrega, entre otros elementos, la relación que el evento establece con el turismo, el ámbito nacional o internacional desarrollado, la función de renovación cultural, el papel del director artístico en su concepción o el encuentro de disciplinas diversas. Como se puede observar, aunque las definiciones no son idénticas, sí se encuentran diversos puntos en común que caracterizan a un festival.

Por tanto, partiendo del análisis de las anteriores aportaciones, se podría afirmar que no existe de

momento una definición de festival concreta y aceptada universalmente. Si bien esto es cierto, también habría que considerar que, según Bonet (2009: 9), cada definición podría estar relacionada y determinada en parte y en cada caso por “una conjunción de elementos, como los objetivos, las características históricas o los contenidos que se ajustan a cada realidad particular”.

Tabla N5. Dimensiones y aspectos singulares de los festivales según autores

| | Aspectos | Autores |
|------------------|---|---|
| Temporal | Periodicidad cíclica o regular | Rolle (1992), Falassi (1997), Asociación de festivales flamencos de España, Festivals Australia*, Vauclare (2009), Frey (2000), Golblatt (2011), Bonet (2011), Lyck (2012) |
| | Duración limitada | Rolle (1992), Frey (2000), Festivales Nueva Zelanda*, Arts Presentation Canada Program*, Wagner (2007), Ministerio de Cultura Gob. Italiano**, Vauclare (2009), Golblatt (2011), Bonet (2011), Asociación de festivales flamencos de España |
| | Extensión e intensidad | Rolle (1992), Frey (2000), Arts Presentation Canada Program*, Wagner (2007) Golblatt (2011), Bonet (2011), Lyck (2012), Asociación de festivales flamencos de España, |
| Artístico | Fomento de las artes | Real academia de la lengua, Arts Council England*, Vauclare (2009) |
| | Filosofía o línea artística propia | Festivales Nueva Zelanda*, Ministerio de Cultura Gob. Italiano**, Getz (2007; 2010) |
| | Conjunto de representaciones | Real academia de la lengua, Falassi (1997), Arts Presentation Canada Program*, Wagner (2007), Ministerio de Cultura Gob. Italiano**, Lyck (2012) |
| | Singularidad de las propuestas | Arts Presentation Canada Program*, Vauclare (2009) |
| | | |
| Dimensión Social | Carácter festivo / celebración | Falassi (1997), Wagner (2007), Getz (2007; 2010), McClintchey (2008), Négrier (2011) |
| | Exhibición abierta / dirigida a un público específico | Festivals Australia*, Wagner (2007), Getz (2007; 2010) |
| | Participación / apoyo de la comunidad | Festivals Australia*, Getz (2007; 2010), Lyck (2012) |
| | Territorial | |
| | Zona o territorio delimitado | Falassi (1997), Festivales Nueva Zelanda*, Ministerio de Cultura Gob. Italiano**, Vauclare (2009), Lyck (2012) |
| | Polo de atracción turística | Gallina (2007), Getz (2007), McKercher, Mei y Tse (2008), López-Bonilla, J.M., López-Bonilla, L.M. and Sanz-Altamira, B. (2010) |
| Organizacional | Marca / nombre comercial | Larson y Wikstrom (2001), Festivales Nueva Zelanda*, Bonet (2011) |
| | Proyecto organizado y coherente | Larson y Wikstrom (2001), Ministerio Cultura Gob. Italiano** |

* Citados por Inkei (2005)

** Citados por Gallina (2007)

A partir de estas dimensiones recogidas, se podría concluir y establecer que un festival en el ámbito del espectáculo en vivo se caracterizaría fundamentalmente por poseer, por un lado, una programación múltiple, excepcional, abierta al público, ofrecida de manera intensiva y englobada bajo una denominación específica y una lógica artística; por otro, una temporalidad limitada y una periodicidad estable.

3. MODELO DE GESTIÓN DE FESTIVALES

3.1 INSTITUCIONALIDAD

Una de las claves que caracteriza el modelo de gestión de un festival es su titularidad y su anclaje institucional. En algunos países, la gran mayoría de los festivales están gestionados por entidades cuya forma jurídica es privada sin afán de lucro. Este hecho, no obstante, no explicita los diversos niveles de financiación y, por tanto, el compromiso de la administración pública o la búsqueda de recursos propios. En el caso específico español, la forma jurídica, tal y como se analiza posteriormente, enmascara el verdadero carácter del organismo titular y la dependencia de las organizaciones a los recursos públicos. Así, el 53% del conjunto de los festivales de música y artes escénicas españoles participantes en esta investigación están organizados por entidades con forma jurídica privada no lucrativa, un 32% pública y un 15% privada lucrativa (ver tabla N5)

Tabla N5.
Forma jurídica de los organismos titulares

| | Artes escénicas | Música | Total |
|-------------------------------------|-----------------|--------|-------|
| Administración pública | | | |
| Ayuntamiento | 29% | 23% | 26% |
| Diputación | 1% | 2% | 2% |
| Comunidad Autónoma | 2% | 1% | 2% |
| Centros educativos públicos | 4% | - | 2% |
| Otros | 1% | - | 1% |
| Org. con ánimo de lucro | | | |
| Sociedades limitadas | 9% | 16% | 13% |
| Sociedades anónimas | - | 3% | 2% |
| Cooperativas | 1% | - | 1% |
| Org. sin ánimo de lucro | | | |
| Organismos e institutos autónomos | 4% | 3% | 3% |
| Fundaciones, patronatos, consorcios | 15% | 19% | 17% |
| Federaciones, asociaciones | 33% | 33% | 33% |
| | 100% | 100% | 100% |

Sin embargo, estos datos, tal como se detallaba anteriormente, ocultan una singular característica: la administración pública española, independientemente del nivel territorial, ha creado, durante estas últimas décadas de democracia, multitud de organismos con forma jurídica privada para conseguir una mayor independencia y autonomía en la gestión. Así pues, tal y como muestra la tabla número 6 [2], el 29% de entidades cuya titularidad es privada no lucrativa y el 11% de

las lucrativas se encuentran en este caso ya que son autónomas a nivel de gestión pero dependen directamente de organismos públicos. Dada esta peculiaridad que presenta la forma jurídica, en esta investigación se toma como variable fundamental el carácter o dependencia orgánica del organismo titular y no la forma jurídica. En este caso, por tanto, los festivales cuyo organismo titular tiene carácter público representan un 48%, en el caso del privado no lucrativo un 38% y en el lucrativo tan solo un 13%.

Tabla N6.
El carácter del organismo titular según la forma jurídica

| Carácter del org. titular | Forma jurídica | | | Total |
|---------------------------|----------------|-------------------|----------------------|-------|
| | Público | Privado Lucrativo | Privado no lucrativo | |
| Público | 100% | 11% | 29% | 48% |
| Privado lucrativo | --- | 89% | --- | 13% |
| Privado no lucrativo | --- | --- | 71% | 38% |

3.2. MISIÓN, OBJETIVOS PRINCIPALES Y SECUNDARIOS

La misión de los festivales establece la guía principal para la definición del producto, así como, el perfil de las audiencias y, en última instancia, la definición de las diferentes estrategias operativas que se desarrollan en el trascurso de la organización y celebración del mismo. Sin embargo, son pocos los festivales que explicitan en sus documentos públicos, de manera clara y concisa, la misión que persiguen y les dirige. Además, en muchos casos, existe el peligro de la retórica dominante que se centra en multitud de ocasiones en aspectos artísticos. Por este motivo, es necesario recurrir a los objetivos y, a veces solo de forma implícita, a las estrategias para poder determinar la misión y orientación de cada festival por parte de sus titulares. Así pues, aplicando a Bonet (2011), se ha preferido realizar un análisis más riguroso centrado en el estudio de los objetivos principales y secundarios, pero no solo de carácter artístico, sino también industrial o territorial y social [3].

Siguiendo esta clasificación, se observa, en la tabla número 7, que los objetivos principales con un mayor índice de respuesta son los artísticos: con un 50% “Potenciar la formación y ampliación de los públicos”; con un 41% “Dar a conocer nuevas obras, géneros y repertorio”; y le sigue, con un 33% “Apoyar a artistas emergentes”. De los objetivos principales con carácter social y territorial los más destacados son, con un 34% “Desarrollar culturalmente un territorio” y, con un 26% “Democratizar el acceso a la cultura”. En el caso de los que persiguen una lógica industrial, el más importante entre los principales es “Fomentar el desarrollo industria de un estilo / ámbito artístico” con un 25%.

En el caso de los objetivos secundarios, la situación se equilibra más entre los artísticos y los sociales y territoriales, perdiendo importancia los de lógica industrial. En este sentido destaca la importancia de “Democratizar el acceso a la cultura” y “Ser un lugar de fiesta y encuentro”. Estos dos son los que mayor porcentaje presentan y además aumentan respecto a la categoría principal.

Tabla N7. Los cuatro objetivos principales y secundarios de la misión

| | Ppal | Sec |
|---|------|-----|
| Lógica artística | | |
| Dar a conocer nuevas obras, géneros y repertorio | 41% | 18% |
| Apoyar la producción local | 24% | 22% |
| Celebrar o redescubrir un patrimonio musical | 17% | 3% |
| Apoyar a artistas emergentes | 33% | 25% |
| Apoyar a artistas en el desarrollo de proyectos innovadores | 20% | 17% |
| Promover el intercambio entre disciplinas artísticas | 8% | 14% |
| Potenciar la formación y ampliación de los públicos | 50% | 24% |
| Lógica social y territorial | | |
| Fortalecer la identidad territorial | 9% | 14% |
| Desarrollar la atracción turística | 18% | 21% |
| Democratizar el acceso a la cultura | 26% | 32% |
| Fomentar y profundizar el diálogo intercultural | 14% | 13% |
| Apoyar regeneración social y económica de territorio degradado | 6% | 6% |
| Desarrollar culturalmente un territorio | 34% | 22% |
| Ser un lugar de fiesta y encuentro | 18% | 25% |
| Lógica industrial | | |
| Ser una plataforma de intercambio profesional o de mercado | 12% | 13% |
| Fomentar el desarrollo industrial de un estilo / ámbito artístico | 25% | 12% |
| Estimular intercambios de experiencias entre profes. y amateurs | 8% | 11% |

3.3 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO Y EL PERFIL DE LAS AUDIENCIAS

Género predominante. Estilos artísticos principales y secundarios. Un factor fundamental para la definición del festival es el género artístico y los estilos principales y secundarios que se incluyen en la programación. En este sentido, los directores artísticos pueden decantarse por configurar una programación altamente especializada o por

seleccionar un conjunto de espectáculos más ecléctico o generalista. En la elección de una opción respecto a otra intervienen diversos factores como son, entre otros, la misión del festival, las preferencias y la tradición artística del organismo titular, el alcance territorial esperado del evento, el resto de los festivales existentes (y la competencia que pueden representar) o la oferta cultural estable del ámbito geográfico más cercano e influyente. Así, es muy posible, por ejemplo, que en una gran urbe se tienda a ser mucho más especializado dada la gran dinámica cultural que ésta seguramente dispone. Sin embargo, este hecho no significa que en las pequeñas urbes los festivales hayan de ser generalistas.

En algunos casos, pueden existir eventos con una gran dimensión y alcance que compiten con otros del mismo nivel y buscan, por tanto, una mayor especialización para lograr diferenciarse. En este sentido, el 53% del conjunto de los festivales de artes escénicas y música en España programan música como género principal, el 24% teatro y el 23% danza, títeres y circo. Sin embargo, si se analizan los estilos presentes en los diferentes programas, se observa una gran riqueza y diversidad de disciplinas artísticas (tabla número 8).

En los festivales de música erudita (21% del conjunto de festivales) predominan, principalmente, el estilo clásico y el barroco. No obstante, la música contemporánea también tiene un papel destacado ya que se programa en un 44% como estilo principal y en un 33% como estilo secundario. En el caso de los festivales de música moderna, que representan el 14% del conjunto de los festivales, el estilo pop rock es el principal. También destacan el *reggae* y *ska* o la canción de autor. Sin embargo, en algunos festivales de música moderna se suelen incluir en su programa tanto estilos de música erudita como de jazz, *world* y tradicional. Aspecto éste que no se da con tanta frecuencia en los de música erudita.

El 18% del resto del conjunto de los festivales que programan música se inclinan más por un perfil artístico variado en el que incluyen, con carácter principal, la mayoría de los estilos musicales propuestos. Sin embargo, destacan por encima del resto, la música jazz (50%), tradicional (38%) y *world music* (34%). Los únicos estilos que no aparecen como categoría principal, en este grupo, son el tecno y electro y el metal y *hardcore*. Por su parte, los festivales de teatro programan como estilos secundarios una gran variedad de disciplinas artísticas, entre las que destacan, la danza (50%) y el circo (36%). En el siguiente grupo, mucho más heterogéneo, es importante señalar el peso de las marionetas (37%) y la danza (27%), así como, de nuevo el teatro como estilo secundario en un 39% de los casos.

Tabla N8.

Distribución de los 3 estilos principales y secundarios incluidos en la programación según el género artístico

| Estilos artísticos | Festivales de música | | | | | | Festivales de artes escénicas | | | |
|------------------------|----------------------|-----|----------------|-----|----------------------|-----|-------------------------------|-----|--------------------------|-----|
| | Música Erudita | | Música moderna | | Jazz, World, Trad... | | Teatro | | Danza, Titeres, Circo... | |
| | Ppal | Sec | Ppal | Sec | Ppal | Sec | Ppal | Sec | Ppal | Sec |
| Medieval, renacentista | 28% | 21% | 8% | 3% | 6% | | | | | |
| Barroca | 59% | 18% | 4% | 6% | 6% | | | | | |
| Clásica | 82% | 10% | 4% | 16% | 3% | | | | | |
| Contemporánea | 44% | 33% | 4% | 8% | 6% | 6% | | | | |
| Lírica | 31% | 10% | 4% | 3% | 6% | | | | | |
| Pop - rock | | 3% | 100% | 12% | 13% | 9% | | | | |
| Canción de autor | | 3% | 19% | 12% | 9% | 6% | | | | |
| Rap, hip-hop | | | 4% | 27% | 3% | 9% | | | | |
| Tecno, electro | | | 15% | 19% | 6% | | | | | |
| Metal, hardcore | | | 12% | 15% | 3% | | | | | |
| Reggae, ska | | | 23% | 8% | 9% | 3% | | | | |
| Jazz, blues | 5% | 10% | 12% | 8% | 50% | 6% | | | | |
| Tradicional | 5% | 10% | 23% | 8% | 38% | 6% | | | | |
| World | 5% | 15% | 23% | 12% | 34% | 16% | | | | |
| Teatro | | | | | | | 100% | | | 39% |
| Teatro Musical | | | | | | | | 25% | | 5% |
| Circo | | | | | | | | 36% | 5% | 17% |
| Danza | | | | | | | | 50% | 27% | 12% |
| Música lírica | | | | | | | | 2% | 2% | |
| Marionetas | | | | | | | | | 37% | |
| Otras artes escénicas | | | | | | | | 39% | 10% | 10% |
| Multidisciplinar | | | | | | | | | 20% | 2% |

para alargar la temporada turística. Así pues, es necesario conocer en profundidad las dinámicas sociales y culturales de cada territorio para entender el desigual desarrollo del formato festival.

Sin embargo, dada la enorme diversidad de características territoriales que se pueden dar de manera simultánea (rural, suburbano, urbano medio, turístico, etc.) es difícil determinar una única variable territorial como variable exógena de los modelos de gestión analizados [4]. En el análisis de este trabajo, finalmente, se ha optado por el número de habitantes como un elemento comparativo más homogéneo aún las limitaciones que este indicador pueda presentar. En el caso español, la distribución por comunidades autónomas de los festivales de artes escénicas y música realizada a partir del censo de eventos artísticos para la confección de esta investigación, muestra una gran asimetría geográfica pues mientras que algunas zonas concentran un gran número de festivales a lo largo del año, otras presentan mucha menos actividad (tabla número 9).

Uno de cada cuatro festivales organizados en España se celebra en *Catalunya*, a pesar de solo contar con el 16% de la población del total. Andalucía, aunque presenta mayor número de población, le sigue con un 12,4%. Y en tercer lugar, se sitúa la Comunidad de Madrid con un 9,2%. La media española de festivales por cada 100.000 habitantes es de 1,7, una proporción que es superada ampliamente por La Rioja (3,1 festivales). Le siguen, *Catalunya* (2,7), Aragón (2,4), País Vasco (2,3) y Castilla y León (2,2). Por el lado contrario, Madrid (1,1) y la Comunidad Valenciana (1,1) son las que menor ratio obtienen.

La distribución tampoco es homogénea si se examina el género artístico predominante. A nivel global, la proporción de festivales de música y artes escénicas es paritaria pero, territorialmente, se observa un predominio de los festivales de música en la costa mediterránea y atlántica, con la adición de Aragón y las excepciones de Cantabria y Murcia. En cambio, el interior castellano-extremeño se orienta de forma significativa hacia los festivales escénicos. Parece ser que el clima marítimo, el potencial atractivo turístico y el origen histórico condicionan mucho más de lo que podría imaginarse.

3.4 TERRITORIO PRINCIPAL EN EL QUE SE DESARROLLA

La razón de ser de muchos festivales es difícilmente dissociable del territorio en el que se ubican. En algunos casos, en espacios marcadamente rurales, la incapacidad de disponer de programación estable a lo largo del año dota al modelo “festival” la posibilidad de ofrecer una oferta excepcional y de calidad particular. En el otro extremo, en las grandes metrópolis que tienen una potente vida cultural y una oferta estable bastante importante, los festivales acostumbran a desarrollarse como expresión de comunidades especializadas que buscan manifestar expresiones artísticas muy particulares. Otro, entre los elementos a tener en cuenta, es el carácter turístico de las poblaciones o el valor patrimonial que tengan éstas. En este sentido, los festivales pueden ser utilizados o bien como un reclamo o como un complemento cultural

Tabla N9. Distribución de festivales según el género artístico y la ratio por cada 100.000 habitantes [5] según la comunidad autónoma

| Comunidades autónomas | Fest. Música | Fest. A. escénicas | Total festivales | % | Población 01/01/2012 | Fest. por 100.000 hab. |
|-----------------------|--------------|--------------------|------------------|-------|----------------------|------------------------|
| Andalucía | 56 | 44 | 100 | 12,4% | 8.449.985 | 1,2 |
| Aragón | 22 | 11 | 33 | 4,1% | 1.349.467 | 2,4 |
| Asturias | 11 | 7 | 18 | 2,2% | 1.077.360 | 1,7 |
| Islas Canarias | 20 | 13 | 33 | 4,1% | 2.118.344 | 1,6 |
| Cantabria | 5 | 6 | 11 | 1,4% | 593.861 | 1,9 |
| Castilla la Mancha | 12 | 23 | 35 | 4,4% | 2.121.888 | 1,6 |
| Castilla y León | 21 | 36 | 57 | 7,1% | 2.546.078 | 2,2 |
| Catalunya | 119 | 85 | 204 | 25,4% | 7.570.908 | 2,7 |
| Comunitat Valenciana | 28 | 29 | 57 | 7,1% | 5.129.266 | 1,1 |
| Extremadura | 4 | 12 | 16 | 2,0% | 1.108.130 | 1,4 |
| Galicia | 27 | 21 | 48 | 6,0% | 2.781.498 | 1,7 |
| Illes Balears | 14 | 8 | 22 | 2,7% | 1.119.439 | 2,0 |
| La Rioja | 4 | 6 | 10 | 1,2% | 323.609 | 3,1 |
| Madrid | 24 | 50 | 74 | 9,2% | 6.498.560 | 1,1 |
| Murcia | 9 | 12 | 21 | 2,6% | 1.474.449 | 1,4 |
| Navarra | 4 | 7 | 11 | 1,4% | 644.566 | 1,7 |
| Pais Vasco | 25 | 25 | 50 | 6,2% | 2.193.093 | 2,3 |
| Ceuta y Melilla | 1 | 0 | 1 | 0,1% | 164.820 | 0,6 |
| Diversas CCAA | 3 | 0 | 3 | 0,4% | | |
| Total | 409 | 395 | 804 | | 47.265.321 | 1,7 |

Por otro lado, si se realiza la distribución por densidad de población, los datos ofrecen diferencias significativas. La mayor concentración de festivales, con una ratio de 2, se sitúa en Madrid y Barcelona y la menor, con un 1,4, en el conjunto de los municipios de menos de 10.000 habitantes a pesar de que su dimensión demográfica representa el 90,6% del total (tabla número 10).

Tabla N10. La distribución de festivales según la densidad de población

| | Fest. Música | Fest. A. escénicas | Total festivales | % festivales | Nº municipios | Nº habitantes | Fest. por 100.000 hab. |
|--------------------------|--------------|--------------------|------------------|--------------|---------------|-------------------|------------------------|
| < 10.000 hab. | 67 | 68 | 135 | 16,8% | 7.356 | 9.875.657 | 1,4 |
| 10.000 --- 49.999 hab. | 115 | 93 | 208 | 25,9% | 615 | 12.698.317 | 1,6 |
| 50.000 --- 99.999 hab. | 48 | 58 | 106 | 13,2% | 82 | 5.896.687 | 1,8 |
| 100.000 --- 999.999 hab. | 123 | 118 | 241 | 30,0% | 60 | 13.940.190 | 1,7 |
| ≥ 1.000.000 hab | 43 | 54 | 97 | 12,1% | 2 | 4.854.470 | 2,0 |
| Diversos municipios | 13 | 4 | 17 | 2,1% | | | |
| Total | 409 | 395 | 804 | | | 47.265.321 | 1,7 |

3.5 TEMPORALIDAD

La selección del período de celebración, la duración, la concentración temporal y la intensidad de las actividades diarias es clave para el desarrollo y el éxito del festival. Esta selección global nunca es realizada al azar y, en ella, son clave factores de diversa índole, como pueden ser, entre otros: la misión y los objetivos del festival; el formato y

la realización de otros eventos artísticos; la oferta cultural estable existente y que tiene capacidad de influencia; los requerimientos técnicos de las disciplinas artísticas incorporadas en el programa o incluso el carácter turístico del territorio en el que se celebra. Toda esta conjugación de elementos, hace que los titulares tomen una serie de decisiones que marcan, diferencian y le dan carácter al festival.

Respecto a la estacionalidad de los festivales españoles de artes escénicas y música, son los meses de julio y agosto los que concentran mayor número de eventos activos, con un 26% y 20%, respectivamente. Por el contrario, se observa que durante los meses en los que existe una programación estable, la actividad festivalera se reduce, siendo los meses de enero y diciembre los que menor índice presentan. Sin embargo, los meses de mayo y octubre, incluidos en este período, también presentan altos índices, aunque no alcanzan los niveles de los meses ubicados plenamente en el período estival.

Gráfico N2. Festivales activos según el mes de celebración



Por otro lado, destaca la larga duración de los festivales ya que la media es de 10 días y el 50% afirma disponer de más de siete días de actividades. Además, la ratio de concentración temporal[6] indica que un 54,1% de los festivales programan todos los días desde la apertura hasta el cierre del evento. El resto, también un alto porcentaje, es mucho más intermitente. La ratio de intensidad de espectáculos [7] por día muestra una media de 3,88. La mediana, sin embargo, es de 1,75, hecho que se entiende dado que el 23% de los festivales solo incluyen un espectáculo diario (tabla número 11).

Tabla N11. Otros aspectos temporales

| | Media | Mediana | Desv típica |
|---------------------------------------|-------|---------|-------------|
| Nº de días con actividad | 10,01 | 7 | 8,48 |
| Ratio concentración temporal | 0,75 | 1 | 0,31 |
| Ratio intensidad espectáculos por día | 3,88 | 1,75 | 6,47 |

3.6 ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y SUS CARACTERÍSTICAS

El diseño y la configuración de la programación de cada edición de un festival finalizan con la elaboración de un determinado repertorio. Este programa, e independientemente del género artístico, puede estar compuesto por artistas invitados de mayor o menor reconocimiento, compañías o grupos profesionales o amateurs, estrenos de obras o éxitos consagrados, espectáculos de pequeño, mediano o gran formato, de ámbito local o estatal o incluso internacional, propuestas más arriesgadas e innovadoras o más comerciales y convencionales. En definitiva, una amalgama de propuestas diseñada con una lógica artística que crea el sostén estético original y diferenciador de cada uno de los festivales. La consolidación, a través del paso del tiempo, de la línea seleccionada es la marca que identifica al evento artístico. Ésta, a medio / largo plazo, consigue que permanezca en la memoria de los asistentes más allá del período de celebración obteniendo así una mayor repercusión y alcance y, en consecuencia, una superior fidelidad de la audiencia.

Los resultados más destacados en este aspecto son: la media de espectáculos programados es de 25, sin embargo, más del 50% indica exhibir menos de 16; más del 40% de los grupos artísticos invitados son de ámbito local o regional; la dimensión de estos grupos es de pequeño o mediano formato pues la media indica 8,9 artistas por compañía o conjunto musical; finalmente, en el 42% de los festivales éstos conjuntos artísticos tienen, en su totalidad, carácter profesional (tabla número 12).

Tabla N12. Elementos clave de las estrategias artístico-culturales

| | Media | Mediana | Desv típica |
|---|-------|---------|-------------|
| Nº de espectáculos | 25,03 | 16 | 38,27 |
| Nº de grupos o compañías invitadas | 22,94 | 15 | 37,87 |
| Origen de los grupos | | | |
| Local / regional | 41,88 | 38,47 | 31,03 |
| Estatal | 29,64 | 25 | 24,59 |
| Europeo | 16,87 | 15 | 18,16 |
| Resto del mundo | 11,8 | 5 | 18,32 |
| Nº de artistas invitados | 205 | 80 | 343 |
| Nº de artistas medio por grupo o compañía | 8,9 | | |
| Amateurismo de los grupos programados | | | |
| > 60% | 17% | | |
| Entre 60% y 20% | 11% | | |
| < 20% | 30% | | |
| Todos profesionales | 42% | | |

3.7 INVERSIÓN Y PRESUPUESTO DISPONIBLE

La dimensión del presupuesto es fundamental para entender la propuesta artística ofrecida y la repercusión y alcance del festival. Los gastos en los que se incurre en su desarrollo pueden clasificarse en: gastos propios de los artistas que representan un espectáculo u otros profesionales que participan en actividades paralelas; otros gastos derivados de la programación artística (alojamientos, las dietas o los desplazamientos); gastos de marketing y comunicación; gastos de los aspectos técnicos y, por último, gastos de administración.

El gerente o administrador es quién tiene la responsabilidad de realizar un control de los gastos y asignar a cada una de las partidas el importe adecuado ajustándose en todo momento a la dimensión del festival. En el caso de los gastos artísticos, éstos se pueden ver influidos, entre otros, por la categoría / fama del artista contratado, por la dimensión del grupo invitado o hasta por la lógica de cada uno de los mercados artísticos en los que se inserta el género programado. En este aspecto, el papel de las asociaciones o redes de festivales es fundamental pues a través de alianzas con compañías o grupos pueden establecerse convenios beneficiosos para ambas partes.

Los gastos derivados de la comunicación son elementales para dar a conocer y difundir la propuesta artística aunque, en muchas ocasiones, se llegan a acuerdos de intercambios publicitarios en especie con algunos medios pudiendo así menguar esta partida sin perder de vista la promoción del evento. Otra partida fundamental, sobre todo en el espectáculo en vivo, son los gastos técnicos entre los que destacan: el alquiler de espacios estables y su adecuación; el montaje de instalaciones propias al aire libre; o la demanda específica de recursos artísticos, humanos y técnicos (sonido e iluminación) por cada uno los espectáculos que participan en la

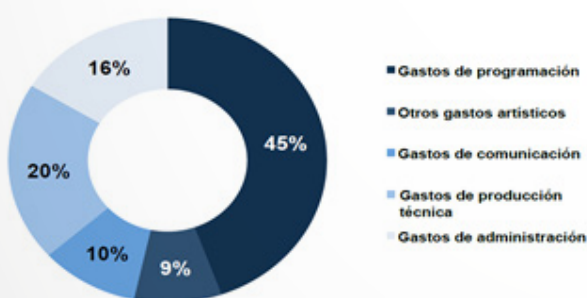


programación. Por último, los gastos administrativos hacen referencia a aspectos de gestión no incluidos en los anteriores apartados.

La media del gasto total del conjunto de los festivales de música y artes escénicas en España es de 375.058€ (con una mediana de 78.342€ y una desviación típica de 935.191). Al distribuir los valores por intervalos, se obtiene que más del 50% de los festivales poseen un presupuesto total inferior a 80.000€ y solo en 12,4% de los casos es superior a 600.000€. Pero, ¿cuál es el reparto de este presupuesto? En el gráfico número 3, se observa que la parte artística se lleva casi un 55% (suma de las retribuciones directas a los artistas y profesionales que participan y otros gastos derivados de la programación). A este porcentaje habría que añadirse el 20% de los gastos técnicos que se dirigen, fundamentalmente, a cubrir las fichas técnicas de los espectáculos programados.

Un aspecto muy importante en este tipo de festivales ya que prácticamente la totalidad de las actividades son espectáculos en vivo y requieren de un montaje técnico de enorme complejidad, sobre todo, en los de gran formato. Finalmente, otro aspecto que destaca es que una de las menores partidas es la de comunicación que supone un 10%. Este bajo porcentaje puede venir dado por los intercambios de comunicación o por el uso de las TIC cuyo coste es inferior a los medios de comunicación convencionales y su efectividad puede llegar a ser, siempre cuando sean usadas con unos objetivos bien definidos, más alta y más focalizada al público objetivo.

Gráfico N3 . Distribución de los gastos



Por otro lado, es interesante analizar la capacidad económica del propio organismo titular o el riesgo que puede asumir a través de la aportación que él mismo realiza. En el caso de los festivales españoles de artes escénicas y música, la media ofrece un valor nada desdeñable de más de 108.000€ (con una mediana de 10.000€ y una desviación típica de 345202). Existe, por tanto, una gran dispersión: en el 30% de los casos organismo titular no realiza

ninguna aportación. En este sentido, es básico observar cómo afecta el carácter del organismo titular para delimitar o bien el compromiso de la administración pública en ofrecer a los ciudadanos un servicio básico y abierto a la comunidad o, en el caso de los privados y sobre todo en los lucrativos, para captar o diversificar su estructura de ingresos.

3.8 PERFIL DE LA AUDIENCIA

La definición concisa del público objetivo al que va dirigido el producto es fundamental para la lograr el éxito deseado. Así, como en cualquier plan de empresa, es determinante conocer en profundidad los gustos y requerimientos de los clientes y las características distintivas del público (como la edad, el poder adquisitivo o incluso las pautas de comportamiento) para conseguir diferenciarse de la competencia. Son, estos aspectos, fundamentales para definir, por ejemplo, desde los contenidos de la programación o el espacio físico en el que se celebra el festival hasta el diseño de la campaña de difusión del evento artístico.

Por otro lado, la realización periódica de estudios de públicos es fundamental para el desarrollo del proyecto. Conocer la edad, el origen territorial y la opinión de los clientes es necesario para realizar una correcta evaluación y llevar a cabo, posteriormente, acciones mucho más focalizadas y eficientes. En este sentido, los festivales españoles muestran una gran debilidad: tan solo el 12% de los mismos afirma disponer de un estudio de públicos actualizado. Por este motivo, los datos sobre la edad y el origen territorial de los espectadores, recogidos a partir de la propia percepción de los encuestados, han de ser tomados con cierta prudencia.

Por una parte, respecto a la edad, las franjas predominantes son las situadas entre los 26 y 40 años y los 41 y 60 años. Éstas presentan en el grupo principal un 43% y un 35%, respectivamente. En el secundario estas cifras se reducen a 35% y 27% por cada una de ellas. La franja con menos consideración es la de mayor de 61 años que presenta tan solo un 1% en el grupo principal y un 7% en el secundario. Por otra parte, respecto al origen territorial de los espectadores, las respuestas ofrecidas muestran que más del 70% son de origen local. Le sigue el ámbito regional con un 16%, el estatal con un 8% y, finalmente, el internacional con un 6%. Finalmente, la media del número de espectadores de los festivales de artes escénicas y españoles en el año 2011 es de 14.197 (con una mediana de 5.200 y una desviación típica de 27.412). Así el 31% de los casos no alcanza los 3.000 espectadores y tan solo 4% atrae a más de 80.000 asistentes.

CONCLUSIONES

Las variables exógenas clave para entender las **estrategias generales de gestión de los festivales** y que determinan diferentes tipologías de comportamiento son: el **carácter o dependencia del organismo titular**, el **género artístico dominante** y el **volumen del evento** (medido a partir del total de presupuesto de gastos).

La relación entre el carácter del organismo titular y el resto de las variables exógenas clave permite establecer determinadas tendencias o tipologías de comportamiento de los festivales. **Respecto al género**, se observa que los eventos artísticos que programan mayoritariamente música erudita, teatro y otras artes escénicas (géneros “minoritarios”) están, en su gran mayoría, impulsados por organizaciones dependientes de la administración pública. El mayor coste por espectador (sobre todo, en la música erudita), la mayor presencia de eventos abiertos en la calle y la mayor antigüedad de dichos eventos explican, en cierta manera, este comportamiento diferencial.

En cuanto al volumen del presupuesto, los festivales de mayor dimensión tienden a ser propiedad de organismos privados lucrativos (en particular, los macro-festivales de pop-rock) y los de menor tamaño son organizados por organismos privados no lucrativos. Por su lado, la administración pública impulsa tanto grandes como pequeños festivales, en función de la dimensión demográfica del territorio y/o de la capacidad económica de las administraciones involucradas.

En cuanto a la dimensión territorial, los datos muestran que los festivales que se ubican en las localidades de menor tamaño son impulsados por la administración pública y las ciudades con mayor dimensión demográfica suelen acoger eventos artísticos puestos en marcha desde organizaciones privadas lucrativas. Muy probablemente, los municipios más pequeños presentan una programación cultural menos dinámica y las organizaciones públicas intentan con el festival complementar o suplir la programación estable. En las grandes ciudades, a pesar de existir, por lo general, una mayor oferta, la diversidad de público permite una mayor posibilidad de sostenibilidad a partir de la venta de entradas.

Por su lado, **el género artístico** está correlacionado con las estrategias generales de los festivales, las características de la programación (número de espectáculos, número de compañías, conjuntos musicales y artistas invitados, origen y grado de profesionalización de los grupos artísticos programados), el diseño temporal (estacionalidad,

número de días con actividad, concentración temporal e intensidad de las actividades diarias) y el perfil de la audiencia (edad y, en menor medida, su origen territorial).

Respecto a **las características de la programación**, los festivales de música moderna y los de danza, títeres y circo son los que mayor número de espectáculos programan. Los primeros, son los que mayor volumen de presupuesto disponen. En cambio, los que tienen menos grupos invitados son los de teatro y los de música erudita. Sin embargo, estos últimos, debido al gran tamaño de las orquestas sinfónicas, son los que mayor número total de artistas acogen en su programación. En los festivales de teatro, la programación de carácter local y regional y los grupos no profesionales adquieren un mayor protagonismo. Diversos son los motivos de este comportamiento: desde la misión y objetivos que persigue el festival o la vinculación existente entre lo local y regional y la tradición amateur asociada, hasta el idioma de los espectáculos pues, en el caso de la danza o el circo, géneros en el que las barreras lingüísticas son menores, se programan propuestas de carácter europeo o del resto del mundo en mayor medida.

En relación a **la temporalidad**, los más extensos, menos concentrados temporalmente y con menos actividades diarias son los eventos de música erudita, los de teatro y los de jazz, *world* y tradicional. Los que programan música moderna se comportan a la inversa. Respecto a los meses de celebración, enero y diciembre son poco fértiles, al coincidir con el paro navideño, y febrero y marzo, bastante más flojos que el periodo abril-junio u octubre-noviembre. En el caso de los festivales de música, existe una alta concentración en el periodo estival (julio y agosto) y en los de artes escénicas se extienden de manera más homogénea el resto de los meses, aunque presentan dos picos, uno en octubre y otro en abril-mayo.

El uso, muy probablemente, de espacios abiertos de no uso artístico y de grandes dimensiones, así como, la utilización del festival como reclamo o complemento de la oferta turística concentra a una gran parte de los eventos artísticos en periodo veraniego. En este caso, se corroboran los datos del estudio Négrier, Bonet y Guérin (2013), pues los festivales de música mayoritariamente se concentran en periodos estivales. En el **perfil de las audiencias** existen claras diferencias. Los eventos de música erudita concentran los espectadores de mayor edad (más de 41 años) y los de música moderna una franja intermedia (entre 26 y 40 años).

El público más joven (menores de 18 años) asiste principalmente a eventos en los que el teatro, la danza, los títeres y el circo son las disciplinas protagonistas. La relación establecida entre la edad y el género está muy vinculada con las tendencias y las características intrínsecas de cada una de las disciplinas artísticas estudiadas.

El **volumen del presupuesto** presenta relaciones significativas con las características de la programación (número de espectáculos, número de compañías, conjuntos musicales y artistas invitados, grado de profesionalización de los grupos artísticos programados y origen local y europeo de los mismos), el diseño temporal (estacionalidad, número de días con actividad e intensidad de las actividades diarias) y el volumen de espectadores. En el caso de **las características de la programación**, evidentemente los festivales con mayores recursos económicos son los que, en general, se pueden permitir un mayor volumen de actividad, mayor grado de profesionalización y mayor ámbito territorial de la programación.

En relación al **diseño temporal**, en los meses de julio y agosto existe una gran variedad de festivales respecto a los recursos económicos disponibles, desarrollándose desde grandes a pequeños eventos artísticos. La dimensión presupuestaria también afecta a la duración de los festivales (los más extensos, suelen ser los que más caros) y a la ratio de intensidad de las actividades (los más grandes son los que mayor número de actividades diarias programan). Respecto a **las audiencias**, y en relación a todo lo anterior, cuánto mayor volumen de gastos disponen, mayor número de espectadores suelen atraer.

Los festivales se han consolidado a lo largo de las últimas décadas como excelentes plataformas de exhibición y divulgación de los diferentes géneros artísticos. El carácter intensivo intrínseco a dichos eventos ha favorecido su desarrollo por su gran potencial de atracción de público y repercusión en los medios de comunicación, así como, por los menores costes fijos que supone su puesta en marcha y desarrollo en comparación con la programación estable.

Un festival no deja de ser un proyecto y como tal requiere de un estudiado análisis de las características del entorno y del territorio en el que se ubica pues la propuesta artística debe dialogar, estar arraigada y ser consecuencia del territorio en el que se desarrolla. Posteriormente, necesita de un diseño pormenorizado de la misión, de los objetivos estratégicos, de la audiencia a la que se dirige el programa. Todo ello, se formaliza en un concepto, en una propuesta artística. Y finalmente,

se determinan las estrategias operativas: recursos humanos, económico - financieras, marketing y comunicación, técnica y logística, la adquisición - proveedores o la innovación.

Un festival es una propuesta singular, un hecho extraordinario que desarrolla un aspecto artístico y que debe desarrollar la capacidad de formar e influir holísticamente al espectador. En este sentido, tanto la creación de nuevos festivales como la copia de modelos ya existentes pueden cumplir esta función y funcionar o no en un determinado territorio. Sin embargo, la innovación (que no solo implica la utilización de las nuevas tecnologías) tiene más riesgo asociado, aunque si el evento tiene éxito genera una mayor diferenciación y, por tanto, una mayor perspectiva a largo plazo.

Esta innovación, debe plasmarse en nuevos modelos de gestión o propuestas en las que no es solo importante el género artístico programado, si no toda una combinación de elementos experienciales, sociales o sensoriales que el festival puede ofrecer. ¿Qué renovación debe existir en las funciones de los directores / gerentes? ¿Qué papel se le debe asignar al espectador en todo este proceso? Y, ¿el rol que debe adoptar la administración pública o las organizaciones privadas?

La disminución del gasto público en cultura ha propiciado que los organismos gubernamentales hayan perdido protagonismo como promotores de festivales. Otra consecuencia es que los festivales tengan que buscar fuentes de financiación alternativas.

Se produce un crecimiento de eventos con capacidad de obtener recursos propios, procedentes de la venta de entradas, frente a aquellos que no tienen esta oportunidad: festivales de música moderna frente a eventos de música erudita o de artes escénicas, festivales situados en grandes entornos urbanos o turísticos frente a eventos localizados en pequeñas urbes o municipios rurales; festivales en recintos cerrados frente a los eventos desarrollados en espacios públicos y abiertos (con mayor número de actividades de acceso gratuito)...

Y en este sentido, ¿con el objetivo único de atraer espectadores, serán estos tratados como simples "clientes" que consumen un producto y pagan por un precio? ¿Dónde quedaría entonces el rol del artista-creador? ¿Y el nutriente binomio artista espectador? Festivales "catálogo" con grandes estrellas o éxitos consagrados podrían no dar cabida a otras propuestas creativas contemporáneas más arriesgadas y más innovadoras que están surgiendo "gracias" a la crisis. Sin embargo, más allá de esa posible tendencia, la realidad de la programación

de los nuevos festivales es mucho más rica debido a las opciones y el compromiso artístico de un buen número de promotores que compensan los espectáculos capaces de atraer a un mayor número de espectadores (y, por tanto, mayor número de ingresos) con propuestas alternativas que ofrecer al evento una imagen de calidad y reputación.

Se plantean cambios de influencias entre los *stakeholders*. A medida que el sector público pierde peso como actor financiero fundamental, los aportes de los nuevos financiadores crecen en importancia pero también pueden demandar mayores contraprestaciones o aumentar su visibilidad. ¿Cuáles son los límites que se debe marcar el director artístico respecto a las mismas? Finalmente, en toda esta amalgama de elementos, se encuentra la administración pública. ¿Cuál es el papel que la misma debe adoptar en todo este proceso? ¿Debe abandonar radicalmente el soporte ofrecido durante los últimos tiempos y que ha favorecido en desarrollo cultural del territorio? O ¿debe establecer unas renovadas y estudiadas políticas culturales en torno a los festivales para ser mucho más eficaces y eficientes?

A propósito de esta investigación. Se perfilan las siguientes líneas de investigación. Desde el punto de vista del contexto: Territorio de influencia. Análisis de las múltiples variables que lo caracterizan (como pueden ser, las diferentes políticas públicas locales, el patrimonio cultural existente, el carácter rural o urbano, la localización céntrica o periférica o incluso, el papel y las relaciones con los *stakeholders*, y que afectan a la gestión y el desarrollo de los festivales. **Impacto turístico o el festival como palanca del sector.** Estudio del fenómeno festivalero español como polo de atracción turística (desde el año 2013 ocupa el tercer lugar en el ranking de países con más turistas) y de las posibles relaciones significativas con variables como, entre otras, las políticas públicas desarrolladas, las acciones de comunicación, el género y la programación artística, el formato o el volumen de presupuesto permitiría un campo de análisis empírico interesante.

Evolución de las aportaciones de las administraciones locales y regionales del territorio español y el estudio cualitativo de las políticas públicas desarrolladas en el ámbito de los festivales. Cambios políticos en los gobiernos de turno y su relación con la puesta en marcha y la cancelación, temporal o definitiva, de festivales. **Efectos de la subida del IVA en los festivales** en comparación con los impactos producidos en la temporada estable.

Desde el punto de vista de la gestión y las estrategias: Gestión de festivales de nueva creación. Análisis comparado de las variables clave y las estrategias generales y operativas entre los eventos artísticos creados durante la recesión económica y los más consolidados. **Estrategias de marketing y comunicación, de las estrategias de innovación y de las estrategias de cooperación, trabajo en red e internacionalización de los festivales.** Estudio en profundidad de otras estrategias operativas fundamentales sobre todo en momentos convulsos como el actual.

En definitiva, algunos aspectos cuyo estudio representarían un aporte a la comunidad científica y también ayudarían a entender las lógicas de gestión de festivales tanto a los profesionales veteranos como a los nuevos emprendedores.

BIBLIOGRAFÍA

ANDERSSON, T.; CARLSEN, J. (2011) "Strategic SWOT analysis of public, private and non-for-profit festival organisations". *International Journal of Event and Festival Management*, 2 (1): 83-97.

BONET, L.; VILLARROYA, A. (2009) "La estructura de mercado del sector de las artes escénicas en España". *Estudios de Economía Aplicada*, 27 (1), 197-222.

BONET, L. (2009) *Modelos de gestión y dirección de los grandes festivales*. Estudio sin publicar encargado por el Ministerio de cultura del gobierno español.

BONET, L.; DONATO, F. (2011) "The Financial Crisis and its Impact on the Current Models of Governance and Management of the Cultural Sector in Europe". *Journal of Cultural Management and Policy*, ENCATC, 1 (1): 4-11.

COLOMER, J.; CARREÑO, T. (2011) "El paisaje de los festivales escénicos en España". BONET, L.; SCHARGORODSKY, H. (Dirs.) *La gestión de festivales escénicos: conceptos, miradas y debates*. Gescènica: Barcelona.

CRESPI-VALLBONA, M.; RICHARDS, G. (2007) "The meaning of cultural festivals". *International Journal of Cultural Policy*, 13 (1): 103 – 122.

DEVESA, M. (2006) *El impacto económico de los festivales culturales. El caso de la Semana Internacional de Cine de Valladolid*. Fundación Autor: Madrid.

- DEVESA, M.; BÁEZ, A.; FIGUEROA V.; HERRERO-PRIETO, L. C. (2012). "Repercusiones económicas y sociales de los festivales Culturales: el caso del Festival Internacional de Cine de Valvidia". *EURE*, 38 (115): 95-115.
- FALASSI, A. (1997) "Festival". THOMAS, A. G. (Ed.) *Folklore, an encyclopaedia of beliefs, customs, tales, music, and art*. ABC-CLIO: Santa Barbara.
- FALASSI, A. (Ed.) (1987) *Time Out of Time: Essays on the Festival*. University of New México Press: Albuquerque.
- FREY, B. S.; SERNA, A. (1993) "La economía del arte: un nuevo campo de investigación". *Revista de Derecho Financiera y Hacienda Pública*, 23 (288): 1195-1208.
- FREY, B. S. (1996) "Has Baumol's cost disease disappeared in the performing arts?" *Ricerche Economiche*, 50 (2): 173-182.
- FREY, B. S. (2000) *L'economia de l'art*. Col·lecció estudis econòmics. 18. La Caixa: Barcelona.
- FREY, B. S. (2003) "Festivals". TOWSE, R. A. *Handbook of Cultural Economics*, 232-236. Edward Elgar Publishing Limited: Cheltenham
- GALLINA, M. (2005) *Il teatro possibile*. Franco Angeli: Milan.
- GALLINA, M. (2007) *Organizzare teatro*. Franco Angeli: Milan.
- GETZ, D.; FRISBY, W. (1998) "Evaluating Management effectiveness in communityrun festivals". *Journal of Travel Research*, Summer, 22-27.
- GETZ, D. (2002) "Why festivals fail?" *Event management*, 7: 209-219.
- GETZ, D.; ANDERSSON, T.; LARSON, M. (2007). "Festival stakeholder roles: concepts and case studies". *Event Management*, 10 (2/3): 103-122.
- GETZ, D. (2010c) "The nature and scope of festival studies". *International Journal of Event Management Research*, 5 (1): 1-47.
- GOLDBLATT, J. (1997) *Special Events – Best practices in Modern Event Management*. John Wiley & Sons: Chichester.
- GOLDBLATT, J. (2001) *Special Events: The Arts & Science of Modern Event Management*. John Wiley & Sons: Chichester.
- GOLDBLATT, J. (2011) *Especial events. A new generation and a new frontier* (6th Edition). John Wiley & Sons: Chichester.
- GUIJARRO, A. (2008) "Els festivals de música moderna i popular". Consell Català de la Música. II Congrés Internacional de Música de Catalunya - Abstractes de les ponències i biografies dels ponents. CCM: Barcelona.
- HERRERO-PRIETO, L. C. (2011) "La contribución de la cultura y las artes al desarrollo económico regional". *Investigaciones Regionales*, 19: 177-202.
- INKEI, P. (2005) *Apoyo festivales artísticos y culturales*. Budapest Observatory: Budapest.
- LYCK, L.; LONG, P.; GRIGE, A.X. (2012) *Tourism, Festivals and Cultural Events in Times of Crisis*. Frederiksberg bogtrykkeri: Copenhagen.
- LYCK, L. (2012) "Festival management in times of recession". LYCK, L.; LONG, P.; GRIGE, A.X. *Tourism, Festivals and Cultural Events in Times of Crisis*. Frederiksberg bogtrykkeri: Copenhagen
- MCKERCHER, B.; MEI, W.; TSE, T. (2006) "Are short duration festival tourist attractions?" *Journal of Sustainable Tourism*, 14 (1): 55-66.
- NÉGRIER, E.; BONET, L.; GUÉRIN M. (2013) *Music Festivals a changing world. An international comparison*. Michel de Maule: Paris.!
- RICHARDS, G. (2007) "The festivalization of society or the socialization of festivals? The case of Catalunya". RICHARDS, G. (ed.) *Cultural tourism: global and local perspectives*. Haworth Hospitality Press: Binghampton.
- ROLFE, H. (1992) *Arts Festivals in the U. K*. Policy Studies Institute: London.
- ZOLTÁN, J. (2010) "La investigación acerca de los festivales". http://www.gestioncultural.org/ficheros/1_1316600279_bgc19-JZSzabo.pdf (Fecha de última revisión: 14 de marzo de 2011).
- VAUCLARE, C. (2009) *Les événements culturels: essai de typologie*, Culture Études 2009-3. Département des études, de la prospective et des statistiques: Paris. www.culture.gouv.fr/deps
- WAGNER, Z. (2007) "Feszt-teszt". *Turizmus Panoráma*.

[1] www.bienal-flamenco.org

[2] La prueba del Chi-cuadrado de Pearson demuestra que la significatividad asociada es menor a 0,05. Por tanto, se rechaza la hipótesis nula (independencia entre las variables) y se confirma que existe relación estadística entre las variables cruzadas.

[3] En el cuestionario enviado se propone a los directores / gerentes una serie de objetivos y se les solicita la selección de máximo cuatro de ellos como principales y cuatro secundarios.

[4] En el cuestionario, se incluyen cuatro categorías: turístico o no, rural, urbano o mixto, valor patrimonial o no y la localidad principal en el que se desarrolla el evento (obteniendo, posteriormente, el número de habitantes).

[5] Los datos referentes al número de habitantes proceden del INE y corresponden al censo fechado en enero del año 2012.

[6] Esta ratio viene determinada por el cociente entre la diferencia del día de clausura y el de inauguración y los días de actividad total.

[7] Esta ratio se calcula a través de la división entre el número total de conciertos o representaciones y el número total de días con actividad.

PARA CITAR ESTE ARTÍCULO:

CARREÑO, M. Tino (2015). **FESTIVALES EN ESPAÑA. Estrategias generales de gestión.** Revista Intersección: Eventos, turismo, gastronomía y moda. Año 2, N3. ISSN 2357 -5875. Tecnología en Organización de Eventos. Facultad de Comunicación Audiovisual. Grupo de Investigación en Comunicación-GIC. Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Medellín-Colombia & Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí-UASLP-México. Págs: 1-18.

OJS

DOI

