

MASTER DE GESTIÓN CULTURAL UOC-UdG

2017

TRABAJO FIN DE MÁSTER

**Análisis de las repercusiones económicas y socio-
culturales de un festival:
El caso del festival de cultura popular “Guitarvera” en
Villanueva de la Vera**

AUTOR:

Víctor Manuel Trejo Casero

DIRECTOR:

Juan Antonio Mira

AGRADECIMIENTOS

En la trayectoria que he realizado a la hora de confeccionar este Trabajo Fin de Máster me he encontrado con un grupo de personas que me han prestado sus conocimientos, su ayuda y su apoyo, es por eso que me gustaría mostrar mi agradecimiento a todas ellas.

De esta manera, agradezco:

A Juan Antonio Mira por ser el director de mi trabajo.

A Martín Gómez-Ullate, por su hospitalidad y buena disposición a la hora de hablar con él, por mostrarme sus trabajos, los datos y contactos que poseía acerca del tema de investigación.

A María Devesa por su enorme gratitud al prestarme su ayuda, su conocimiento y su tiempo para poder superar un momento de crisis que viví durante la mitad de la investigación.

A toda la organización del festival de Guitarvera, especialmente a Maximina Martín y Francisco Javier González, sin su ayuda habría sido imposible realizar este trabajo. Al grupo de personas que cada año organizan el festival, que me han acogido como a uno más y han demostrado hacia mí una gran cercanía. Gracias por vuestro tiempo, por vuestras respuestas y por todos los datos que me habéis proporcionado.

Al colectivo de hosteleros y restauradores de Villanueva de la Vera por responder a la convocatoria de reunión grupal que les propuse. Muchas gracias por la honestidad de sus respuestas en la entrevista.

Al concejal de cultura y al de festejos del municipio por prestarse a realizar una entrevista, sus respuestas han sido de gran ayuda y gracias por proporcionarme los datos del ayuntamiento en lo que a presupuestos del festival se refiere.

A los estudiantes y profesores de la Escuela Profesional de Turismo de Madrigal de la Vera por su inestimable ayuda a la hora de hacer encuestas y por el interés que han mostrado por mi estudio.

A todas las personas que de forma desinteresada han realizado las encuestas.

Y finalmente a mi familia y amigos por su apoyo.

ÍNDICE

Agradecimientos.....	1
Índice de imágenes.....	3
Índice de cuadros.....	3
Índice de figuras.....	3
Resumen/Abstract.....	4
Introducción.....	5
Justificación de la investigación.....	6
Pregunta de investigación e hipótesis.....	7
Objetivos de la investigación.....	7
Estado de la cuestión.....	10
Marco teórico.....	12
Metodología.....	16
Resultados.....	18
Descripción del Gitarvera.....	18
Impacto económico.....	20
Impacto directo.....	21
Impacto indirecto.....	22
Valoraciones vinculadas al turismo y al perfil del visitante.....	25
Impacto Socio-cultural.....	30
Conclusiones.....	35
Bibliografía.....	38
Anexos.....	40
1. Encuesta al Visitante.....	40
2. Entrevista semiestructurada al ayuntamiento.....	41
3. Grupo de discusión de Hostelería y Restauración.....	42

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Paseo Histórico-musical (1).....	19
Imagen 2: Pregón del festival 2017.....	20
Imagen 3: Puesto de venta de merchandising.....	22
Imagen 4: Paseo Histórico-musical (2).....	27
Imagen 5: Plaza Aniceto Marinas.....	27

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Gastos del Guitarvera (impacto directo).....	21
Cuadro 2: Variables para establecer el Nº de visitantes externos.....	23
Cuadro 3: Gasto medio diario y gasto por media de estancia.....	24
Cuadro 4: Impacto total.....	25
Cuadro 5: Procedencia de los visitantes.....	27
Cuadro 6: Temática anual y conferenciantes.....	32
Cuadro 7: Colaboradores y voluntarios en la edición de 2017.....	33
Cuadro 8: Número de participantes en cada actividad.....	34

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Objetivos de la investigación.....	9
Figura 2: Distribución del gasto por categorías.....	24
Figura 3: Sexo de los visitantes (porcentajes).....	25
Figura 4: Grupos de edad.....	26
Figura 5: Niveles de formación y estudios de los visitantes.....	26
Figura 6: Tipología de los visitantes en función del acompañamiento.....	28
Figura 7: Tipo de alojamiento elegido.....	29
Figura 8: Modo de acceso a la información.....	30
Figura 9: Valoraciones cualitativas de los visitantes.....	31

RESUMEN/ ABSTRACT

La expansión del fenómeno de los festivales culturales en las últimas décadas hace que esta actividad sea un objeto de estudio muy interesante desde la perspectiva de la gestión cultural. Este tipo de eventos culturales tiene una serie de repercusiones en las localidades o regiones donde se celebran, estas repercusiones pueden ser de carácter social, cultural, turístico y económico porque la cultura es un motor que genera flujos, ingresos y que puede regenerar los sistemas productivos.

La presente investigación, en primer lugar, pretende establecer el impacto económico que el festival de cultura popular Guitarvera genera en Villanueva de la Vera (Cáceres), en relación con el turismo. Para ello se usa la metodología de los Estudios de Impacto Económico y en concreto los llamados “Inscope Expenditure Studies” que se basan en la determinación y evaluación de dos tipos de impactos (directo e indirecto), de la misma manera, este investigación trata de establecer el perfil del asistente externo. En segundo lugar, el estudio trata de conocer el impacto social y cultural, vinculado a la participación de los visitantes y de la población local en las actividades del festival y en la organización del mismo.

Los resultados muestran que el Guitarvera genera una repercusión relevante en la economía local, especialmente en la hostelería y sector comercial. Y de igual manera, el estudio pone de manifiesto la importancia de las repercusiones sociales y culturales del festival, que configuran, de hecho, la verdadera naturaleza del mismo.

PALABRAS CLAVE: Festivales culturales, estudio de impacto, desarrollo local, Guitarvera, cultura popular, participación ciudadana, política cultural.

The growth of the cultural festivals phenomenon in the last decades makes this phenomenon a very interesting object of study from the point of view of cultural management. This kind of cultural events has a number of consequences, in the towns or regions where they take place, which can be social, cultural, tourist or economic, because the culture is an engine that produces flows, incomes and can regenerate the productive systems.

The following research, firstly, expects to establish the economic impact, in regards to tourism that the folk culture festival Guitarvera, generates in Villanueva de la Vera (Cáceres). In order to do so it is based in the methodology of the “Studies of Economic Impact”, and more exactly in the so-called “Inscope Expenditure Studies”, based on the determination and evaluation of two types of impacts (direct and indirect), and at the same time, tries to establish the profile of the external assistant. Secondly, the study intends to understand the social and cultural impact, linked to the participation of the visitors and the townspeople in the activities of the festival and its organization.

The results show that Guitarvera produces a relevant impact on the local economy, mainly in hotel and catering industry and the commercial sector. Likewise the study also highlights the importance of the social and cultural consequences of the festival, which configures, in fact, the true nature of the festival.

KEY WORDS: Cultural festival, impact study, local development, Guitarvera, folk culture, citizen participation, cultural policy.

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas estamos asistiendo a una proliferación y expansión del número de festivales culturales por toda España y Europa, dichos festivales están dedicados a diferentes manifestaciones artísticas: música, danza, teatro, cultura popular, artes plásticas...

Los festivales son fenómenos culturales complejos, dinámicos, vivos y en constante evolución lo que hace que sean un interesante objeto de estudio desde la perspectiva de la gestión cultural, porque este tipo de eventos combinan cultura, aspecto lúdico, diversión, turismo, formación y por lo tanto atracción de visitantes y así propician la creación de nuevos públicos. De igual manera, los festivales tienen una especial vinculación con los sitios donde se celebran, ya que están determinados por su historia, su población y su ubicación.

Desde una perspectiva cultural y social, los festivales, favorecen la creatividad, la recuperación del patrimonio tangible e intangible, diversifican la oferta cultural, mejoran la sociabilidad y el progreso de la sociedad civil, crean identidad a través de la participación en un evento cultural colectivo y en muchos casos, recuperan el espacio público como equipamiento donde mostrar la iniciativa cultural de la población civil. De igual manera, los festivales culturales tienen una dimensión económica, en el sentido que producen unos flujos o ingresos, económicos, generan empleo y potencian el desarrollo en las localidades y áreas donde se celebran. Es decir, la cultura también tiene una dimensión económica y por esta razón es por la que en las últimas décadas han proliferado los estudios de impacto de estos eventos.

Por otro lado, se puede afirmar que en muchos casos, la proliferación de este tipo de eventos culturales responde a una estrategia diseñada desde lo público, siendo la cultura un atractivo más para mejorar, diferenciar o reforzar el desarrollo local o regional y transformar el tejido productivo del contexto donde se dan. Los estudios de impacto, desde esta perspectiva, han sido utilizados como instrumentos para justificar la inversión pública y el apoyo institucional a la creación de estos eventos culturales.

En este contexto, la investigación que ahora presento, mediante el estudio de caso del festival de cultura popular "Guitarvera", plasmado en un estudio de impacto del mismo, se diferencia y se distingue porque su iniciativa de creación no ha sido pública sino que responde a una matriz de marcado carácter civil, que ha tratado de ser autónoma e independiente a lo largo de sus 16 ediciones. Su naturaleza es fundamentalmente cultural y ha tratado de poner en valor, difundir y mostrar la cultura popular a través del hilo conductor de la música folklórica.

El presente estudio trata de analizar cual es el impacto económico vinculado al turismo y los impactos transversales en relación a las repercusiones culturales y sociales de la celebración del festival Guitarvera en su edición de 2017 en Villanueva de la Vera (Cáceres).

Para ello, esta investigación se estructura en una justificación preliminar del estudio, para posteriormente pasar a plantear cuales son los objetivos del mismo. A continuación paso a revisar la literatura sobre los estudios de impacto vinculados a la cultura y aclarar algunos términos que son la base de mi marco conceptual. En el siguiente apartado se especifica la metodología utilizada, donde las encuestas y las entrevistas serán las principales herramientas de investigación. Posteriormente se expone los resultados del estudio, para finalmente llegar a unas conclusiones que emanan del análisis de dichos resultados.

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

Partiendo de una perspectiva de la gestión cultural, los festivales, de cualquier ámbito de la cultura (musical, escénico, cinematográfico...) han sido herramientas que en las últimas dos décadas se han introducido de una manera evidente y de manera constante en las políticas culturales locales, regionales, nacionales como factores determinantes a la hora de investigar nuevas y más eficaces políticas de desarrollo de ciertas ciudades, comarcas, áreas, que por diversas razones han agotado su modelo productivo y necesitan encontrar una nueva vía de crecimiento. Por lo tanto, la cultura ha sido utilizada como instrumento para lograr nuevas posibilidades de desarrollo en las economías modernas y de esta manera, influir transversalmente en otros sectores como turismo, empleo... es decir, ha habido una determinación clara desde las instituciones públicas por favorecer la creación, implantación, evolución y desarrollo de diferentes festivales culturales para favorecer el crecimiento integral de una zona geográfica.

La presente investigación, tiene como principal objeto de estudio, la valoración del impacto económico vinculada al turismo y los impactos socio-culturales que provoca la celebración del festival de cultura popular "Guitarvera" en el municipio de Villanueva de la Vera. Por lo tanto, el objeto de este estudio, el festival "Guitarvera", no sólo debe entenderse como una herramienta o instrumento para dinamizar la economía local a través del turismo, sino que también, debe contemplarse desde una perspectiva de acción social y cultural (idea matriz de la que surge), con un marcado componente de participación ciudadana, y al mismo tiempo, debe entenderse desde una perspectiva de su ubicación espacial, pues el lugar donde aparece es bastante propicio y está especialmente motivado para que un acción vinculada a la difusión, protección y desarrollo de la cultura popular, sea acertada.

Es por eso que las razones que justifican este estudio y lo hacen pertinente son:

En primer lugar, el festival "Guitarvera" nace de una iniciativa civil, con una marcada raíz de autonomía e independencia de lo social frente a la financiación pública y cuyo objetivo es promover la cultura popular como elemento de identidad y cohesión. Es por ello, que su propia naturaleza es un factor diferenciador con respecto a los demás festivales y eventos culturales de esta índole concebidos desde la iniciativa pública como instrumentos que a través del factor cultural contribuyen al desarrollo integral de una zona y por ello este festival aporta una visión diferente pues su origen difiere de la estrategia enunciada al principio de esta justificación.

En segundo lugar, el festival tiene una trayectoria de 16 años, pero ha carecido de herramientas de análisis e investigación que pongan en valor el impacto que este tipo de evento cultural provoca en un pequeño municipio y que justifiquen su existencia. De esta manera, al conocer los datos específicos extraídos del estudio de impacto económico y socio-cultural esta investigación justifica como la cultura debe ser una política prioritaria en los pequeños municipios, contribuyendo a la legitimación y al reconocimiento de la misma, pues a través de su promoción, se benefician sectores transversales y es un factor determinante para el desarrollo sostenible.

Por otro lado, esta investigación permite observar como el festival ha sido incorporado como un elemento más de la programación de la política cultural del municipio, llegando a ser un evento imprescindible y fundamental de la misma. Este estudio justifica que la política cultural del municipio debe responder a una dinámica más ascendente en el sentido de establecer canales directos para que los intereses y expectativas de la población del municipio se incorporen a su acción cultural. Es decir

se entiende la política cultural del ayuntamiento con una función más facilitadora que creadora.

Finalmente, la metodología del estudio de impacto incorpora diversos instrumentos para la obtención de datos básicos para establecer conclusiones de carácter cuantitativo, pero a la vez, abre diversos canales de información que proporcionan muchos datos cualitativos. De este modo, esta investigación a través de esos datos puede aportar una nueva perspectiva y visión para la organización interna del festival a la hora de gestionar y reflexionar sobre el perfil del visitante, los retos y las problemáticas de futuro, de igual manera, el sector público que colabora puede utilizar este estudio para conseguir más ayudas y subvenciones para su apoyo y además puede ser un prototipo para tomar decisiones de gestión y administración cultural.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN E HIPÓTESIS

A pesar de que en las políticas culturales de pequeños municipios existe una intención por valorar los efectos de las acciones culturales que llevan a cabo o que fomentan, son pocos los estudios o investigaciones que se realizan en este sentido. Normalmente los estudios de impacto están vinculados a eventos consolidados y de grandes dimensiones que normalmente se asocian al ámbito urbano, existen pocos datos acerca de las repercusiones de los festivales de pequeño formato en áreas rurales y locales.

Por lo tanto, se hace pertinente valorar y analizar las acciones culturales de los pequeños municipios con una intención de dimensionar lo local frente a lo estatal.

Con ese objetivo, se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es el impacto que provoca la celebración del festival Guitarvera, desde un punto de vista económico en relación con el turismo, y cuales son los posibles impactos secundarios o transversales?

Asimismo, con este estudio de caso del Festival Guitarvera pretendo validar la hipótesis:

“La cultura como motor y fuerza dinamizadora de las economías locales al desarrollar sinergias con otros ámbitos y aspectos de la sociedad de los pequeños municipios”.

Para ello, abordaré el estudio desde dos perspectivas, la primera y principal, el estudio de impacto tratará de analizar las repercusiones que conlleva la celebración del festival desde la perspectiva del impacto económico en estrecha relación con el turismo y desde una segunda perspectiva, es decir desde el impacto social, en estrecha relación con la repercusión cultural del mismo.

REDACCIÓN DETALLADA DE LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo principal de mi investigación consiste en medir el impacto que el festival Guitarvera en su XVI edición genera sobre la economía y sobre la vida cultural y social del municipio de Villanueva de la Vera.

Para poder concretar el objetivo general, es necesario desarrollar una serie de objetivos específicos o secundarios, en este caso, desarrollaré 5 y de igual manera, explicaré los medios que utilizaré para llegar a estos objetivos específicos.

En primer lugar, es necesario conocer la estructura interna de la organización que desarrolla el festival, medios con los que cuenta, presupuestos... y también los presupuestos y los recursos que el ayuntamiento, como institución pública, aporta al festival y si existen otras instituciones públicas que financien o colaboren económicamente con el festival. Para lograr este objetivo, se asistirá a las reuniones periódicas que la organización mantiene en el proceso de planificación del festival y se hará una entrevista con el concejal de cultura y el de festejos para conocer la contribución pública al festival (anexo 2). De esta manera, conseguiremos determinar el impacto directo del festival, es decir los gastos realizados por la organización del mismo y de las instituciones públicas en la organización del evento.

En segundo lugar, resulta conveniente estudiar la tipología de los visitantes-turistas para conocer cuales van a ser sus expectativas de gasto en el festival. Para conseguir este objetivo se realizará una Encuesta al Visitante a pie de calle a las personas que participen en el festival. Se realizará de forma aleatoria y en diferentes momentos del evento, y de igual forma, previamente a la celebración del festival se repartirá la misma encuesta entre las casas rurales, hoteles, oficina de turismo del municipio. De esta manera, se intentará valorar el impacto indirecto del festival, que corresponde a los gastos que realizan los participantes en el festival, es decir, alojamiento, restauración, compras.

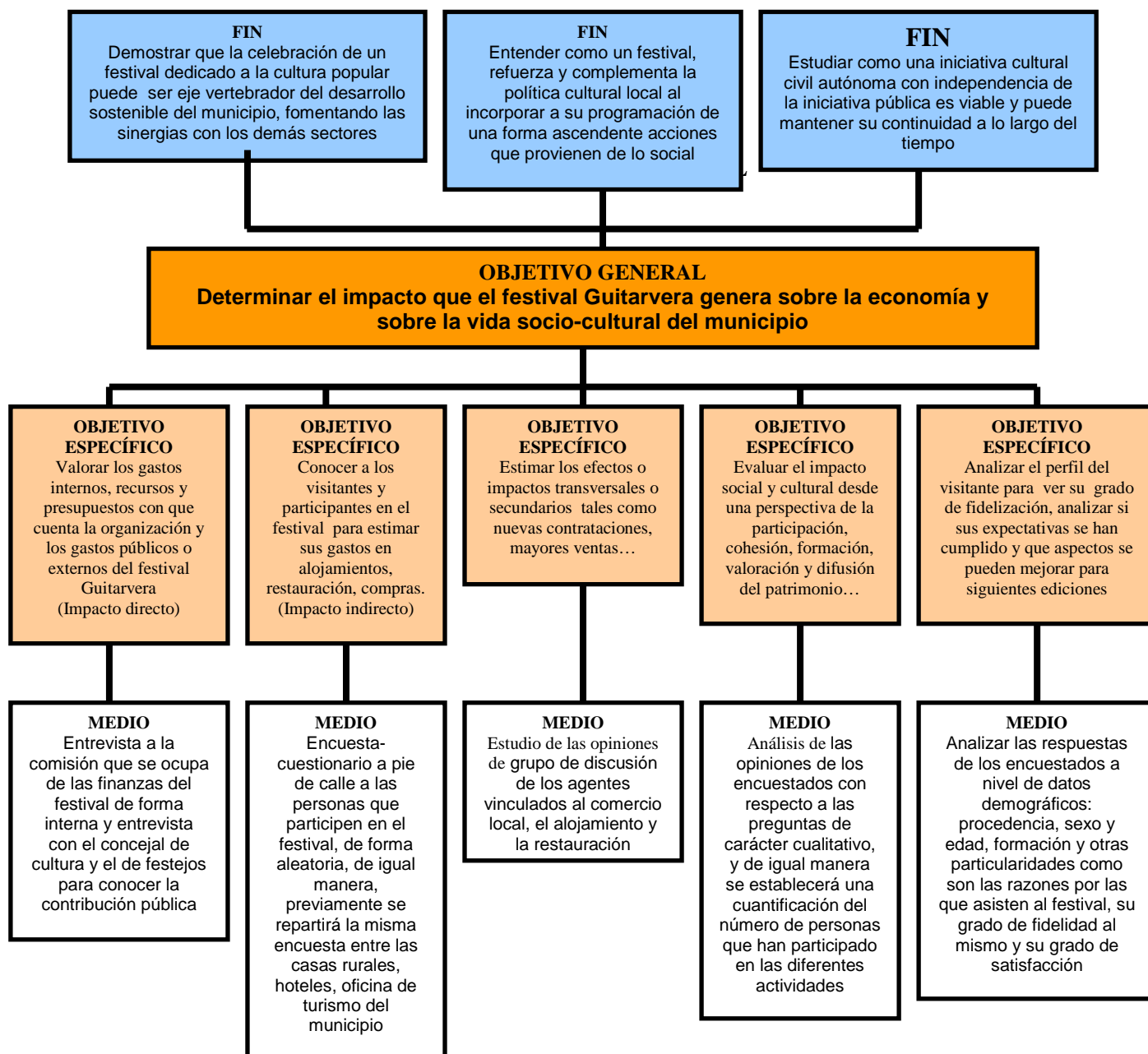
Por otro lado, se pretende establecer los efectos o beneficios económicos transversales o secundarios (impacto inducido), es decir las repercusiones del festival en el resto de la economía local y regional, para esta cuestión sería necesario conocer los multiplicadores input-output de Extremadura, y estos no están actualizados, y por lo tanto, se ha decidido simplemente hacer una reseña ante la imposibilidad de calcular específicamente el impacto inducido por la falta de estos datos. Es por esto, que este estudio no sería propiamente un estudio de impacto, sino que sería un "Inscope Expenditure Studies" que son los estudios de impacto que solo reflejan el impacto directo e indirecto. Para lograr este objetivo se realizará un grupo de discusión con los agentes vinculados al comercio local, el alojamiento y la restauración y de esta manera conocer el incremento de ventas, nueva contratación de empleados, aumento del nivel de ocupación... que son provocados por la celebración del festival.

En cuarto lugar, resulta necesario también valorar cuales son las repercusiones u otros impactos, es decir, el impacto social y cultural que es intrínseco a la celebración del festival, de esta manera podremos conocer; el grado de satisfacción, el de participación, el de producción de cultura, el de cohesión y de creación de identidad, la valoración del patrimonio material e inmaterial, la formación y aprendizaje... Para ello, se valorará las opiniones manifestadas en la Encuesta al Visitante del festival con respecto a las preguntas de carácter cualitativo, y de igual manera, se establecerá una cuantificación del número de personas que han participado en las diferentes actividades culturales del festival y cual ha sido su opinión.

Por último, se pretende establecer un perfil del visitante, es decir, conocer sus datos demográficos: procedencia, sexo y edad, formación y otras particularidades como son las razones por las que asisten al festival, su grado de fidelidad al mismo... Para lograr este objetivo se analizarán las respuestas dadas a las preguntas de la Encuesta al Visitante que tratan de valorar esos aspectos y de esta manera poder establecer un perfil del visitante, ver su grado de fidelización y conocer si sus expectativas se han cumplido y cuales son los aspectos que se podrían mejorar para siguientes ediciones del festival.

Los fines que persigue este estudio de caso son estos: en primer lugar, justificar como la celebración de un festival dedicado a la cultura popular puede ser un factor vertebrador del desarrollo sostenible del municipio, fomentando las sinergias con los demás sectores y valorando su impacto en la economía, empleo, turismo..., en segundo lugar, entender y analizar como este tipo de eventos, refuerzan y complementan las políticas culturales locales desde una dimensión social y de participación ciudadana, al incorporar a sus programaciones de una forma ascendente acciones que provienen de lo social, y que consiguen actualizar y enriquecer la vida cultural de pequeños municipios. Y por último valorar y destacar que una iniciativa cultural civil, con una base de autonomía e independencia con respecto a la iniciativa de las instituciones públicas es viable y puede mantener su continuidad a lo largo del tiempo.

FIGURA 1: Objetivos de la investigación



Fuente: Elaboración propia sobre los datos de la Encuesta al Visitante.

ESTADO DE LA CUESTIÓN

El estado de la cuestión intenta revisar todo el que se ha investigado sobre el tema con sus diferentes corrientes, toda la información académica y no académica sobre los estudios de impacto, especialmente los que relacionan cultura y economía.

La relación entre cultura y economía no ha estado siempre tan clara como en la actualidad, en otros momentos de la historia las preocupaciones científicas acerca de esta relación eran bien distintas a las que se establecen en la actualidad, en un principio se consideraba que las profesiones que tenían como base la cultura, el arte y el ocio no contribuían a generar progreso y riqueza por no ser productivas (Smith, 1976). La base de esa afirmación ha llegado casi directamente a principios del siglo XX, donde la realidad cultural todavía se analizaba y gestionaba desde perspectivas únicamente cualitativas, porque se consideraba que un enfoque cuantitativo que evaluara las implicaciones económicas de la cultura era muy complicado de desarrollar. Sin embargo, la cultura tiene, como toda actividad humana, una dimensión económica en si misma (Linde, 1996).

Afortunadamente, las cosas han cambiado y en la actualidad se puede corroborar que los sectores productivos relacionados con la cultura y el ocio son terrenos de gran dinamismo y potencial, no sólo para la economía en concreto, sino para gran cantidad de sectores transversales, porque son un recurso o capital productivo por desarrollar y que claramente incide en el nivel de progreso y riqueza de un país (Herrero, 2011). Si estamos de acuerdo con esta idea, la cultura es por lo tanto un factor determinante del progreso humano, y de esta manera, deberemos considerar el patrimonio cultural y creativo como un almacén del capital de un sistema económico. De esta manera, aparece el concepto de *capital cultural*, que sería el conjunto de elementos tangibles e intangibles que representan las singularidad, la vida, la historia, la identidad de una sociedad, y que es un recurso para producir desarrollo en las áreas con las que establece sinergias y que debe cuidarse y fomentarse para que crezca (Throsby, 1999).

Por otro lado, los enfoques más relevantes que han tenido los estudios que relacionan cultura y economía, han ido parejos a la propia evolución del significado de los términos a través de la historia. Tanto cultura como economía son términos complejos, dinámicos y en constante reconstrucción. Si analizamos el concepto de economía, se debe tener en cuenta el giro que esta materia ha sufrido desde unos de sus principios fundamentales, me refiero a que la economía ha pasado de producir mercancías y productos a finalmente centrarse en la producción de servicios y en su paso final, a ser una economía que suministra experiencias. Este cambio, posiblemente se debe a la necesidad de las economías de diferenciarse por la gran competencia que se establece en un mundo mucho más globalizado. Las economías para poder diferenciarse buscan modelos de desarrollo más competitivos y es de esta forma, es como muchos países recurren al concepto de creatividad especialmente vinculado al sector cultural y lo tratan de incorporar a sus economías. Este fenómeno se ha denominado en los últimos años economía creativa. De igual manera, para analizar los efectos y las consecuencias de la acción cultural, la economía ha ido perfilando una nueva rama teórica y analítica de investigación que poco a poco va adquiriendo reconocimiento académico y científico, lo que se conoce como la “economía de la cultura” (Herrero, 2011).

De igual manera, desde un punto de vista histórico las primeras iniciativas que investigaron el impacto económico de la actividad cultural se produjeron en los Estados Unidos, en los setenta. Para realizar estas investigaciones la herramienta metodológica que se utilizó fue el modelo de las tablas input-output de análisis de

interdependencia sectorial, que tenía su base en estudios que se habían desarrollado en los años treinta y cuarenta para el conjunto de la economía americana. Posteriormente esta herramienta metodológica se aplicó en Europa Occidental en los ochenta y es en los noventa cuando se aplica en nuestro país.

Desde la perspectiva actual de la relaciones de cultura y economía, las políticas culturales de muchos países en las últimas décadas han hecho un uso instrumentalista de la cultura, como generadora de desarrollo. El uso del factor cultural ha sido determinante en las políticas de desarrollo local y regional y de la misma manera de las estrategias de regeneración urbana (Bianchini, Parkinson, 1994; Scott, 2000). Muchas ciudades y regiones desde hace unas décadas, entienden el sector cultural como una nueva posibilidad de crecimiento y de diversificar sus modelos productivos en muchos casos agotados por el propio devenir histórico, por ejemplo, este ha sido el caso de la ciudad de Bilbao. Algunas ciudades utilizan el factor cultural para mudar su imagen, modernizarse, diferenciarse de otras ciudades competidoras, es por ello justificable el aumento de recursos y presupuestos para recuperar patrimonio histórico o construcción de nuevas dotaciones e infraestructuras culturales tales como auditorios, teatros y palacios de festivales y congresos, que en cierta manera han sido factores de remodelación urbana, y que por otro lado, han canalizado una atracción de gasto e inversión derivado del aumento del turismo cultural. De igual manera, destaca el aumento del número de eventos y festivales culturales, a este fenómeno algunos autores lo han calificado como *festivalización* de las ciudades. (Richards, 2007).

De este modo, ciudades y regiones compiten entre si a través de modelos de desarrollo basados en el factor cultural, por lo tanto la cultura es un factor que refuerza la competitividad del área (Richards, Palmer, 2010).

Dentro de las instituciones gubernamentales y desde organizaciones para-gubernamentales y en este caso, desde el seno de la Unión Europea, la importancia de la repercusión económica de la cultura se ha constatado en informes, planes, proyectos, programas (como el de Ciudad Europea de la Cultura)...En 2006 se publicó un informe encargado por la Dirección General de Educación y Cultura en el se mostraba que el sector cultural y creativo era entre el 3% y el 6% del producto interior bruto de la Unión. Poco después mediante la Agenda de Lisboa, la UE plantea la cultura como unos de los pilares del desarrollo sostenible, idea que ya había sido desarrollada anteriormente y que decía que la cultura en el siglo XXI debía ser el *cuarto pilar de la sostenibilidad* (Hawkes, 2001).

Desde esta relevancia económica, y considerando los retos que los nuevos modelos de políticas de desarrollo económico plantean a gobiernos, organismos públicos y gestores, resulta cada vez más necesario disponer de mecanismos adecuados para la medición y evaluación de las políticas culturales y su repercusión en los demás sectores. De esa idea se harían eco en 2004 las Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU), que adoptaron la Agenda 21 de la cultura como guía de sus programas. En su artículo 21, se comprometían explícitamente a: "promover la implementación de formas de evaluación del impacto cultural para considerar, con carácter preceptivo, las iniciativas públicas o privadas que impliquen cambios significativos en la vida cultural de las ciudades".

Desde una perspectiva específica, de las relaciones de cultura y economía y centrándonos en concreto en los festivales culturales, los análisis de impacto se han estudiado desde diferentes dimensiones y desde distintas disciplinas académicas (sociología, turismo, economía, geografía...) por lo tanto, dependiendo del enfoque de estudio, la clasificación de los impactos varía de unos autores a otros, por ejemplo

Quinn (2005) los analiza desde la perspectiva turística y de creación de imagen y visibilidad. Por otro lado, Moscardo (2008) se refiere a impactos económicos, socioculturales, físicos, turísticos, psicológicos...en la actualidad, y en concreto en el ámbito de investigación de los estudios de impacto en España, destacan los trabajos e investigaciones de Luis César Herrero y de María Devesa Fernández, ambos profesores de la Universidad de Valladolid, sus libros, estudios y publicaciones son material de referencia para poder realizar cualquier estudio de impacto económico de la cultura en España. Estos autores distinguen entre 5 tipos de impactos o repercusiones, relacionados entre sí; económico, turístico, cultural, social y físico. Y para medir estas repercusiones los estudios de impacto económico, utilizan la herramienta que se conocen como *Método de los efectos*, que distingue entre tres tipos de impacto que pueden medirse: directos, indirectos e inducidos.

Con estos estudios se intenta valorar la importancia económica de las artes y de las manifestaciones culturales en la medida en que producen flujos de ingresos y actividades que influyen transversalmente en otras áreas y como comenta al respecto de los estudios de impacto (Devesa, 2006, p.112) “ El objetivo de estos estudios, sin embargo, no es únicamente la evaluación de los cambios producidos en la oferta y la demanda de las artes y la cultura, sino el entendimiento de las estructuras y de las interdependencias de los diferentes sectores de la economía, el análisis de las repercusiones a largo plazo sobre el tejido local, la comparación con otras propuestas de financiación o la justificación, muchas veces, del apoyo público a la cultura”.

Por último, una tendencia actual dentro de los estudios de impacto económico es centrarse exclusivamente en el impacto directo e indirecto y prescindir de la investigación acerca del impacto inducido, a este tipo de estudios se les denomina "Inscope Expenditure Studies", en castellano no existe una traducción literal o directa pero podríamos entender que son los estudios que solo tienen en cuenta la entrada de “gasto nuevo” (Eswards, Foley, Dwyer, Schlenker & Hergesell, 2014).

MARCO TEÓRICO

Antes de comenzar a definir los términos clave de mi investigación, me gustaría volver a resaltar una característica diferenciadora del Guitarvera y que justifica mi estudio; como hemos visto los festivales en muchas ocasiones han sido un instrumento para las políticas de desarrollo que veían en su promoción la dinamización de una economía, pero al mismo tiempo y, desde mi punto de vista más importante, dichos festivales son por su propia naturaleza, son hechos culturales determinantes, donde se manifiestan y constituyen los valores de participación, democratización, cohesión, identidad, espacio público... El Guitarvera mantiene en su ADN la característica de tener una matriz cultural, su nacimiento y evolución no ha venido determinada por un uso instrumentalista que pretendiese desarrollar la economía local, al contrario, en esta iniciativa civil han prevalecido los valores antes citados.

Por lo tanto, se hace pertinente en este momento definir lo que significa el término cultura para mí; el concepto de cultura, desde mi punto de vista, no sólo responde a las concepciones clásicas de cultura vinculadas a las artes (museos, bibliotecas, archivos, exposiciones...) sino a un concepto más amplio, más dinámico, la cultura entendida como el reflejo de la identidad y de la cohesión social y de como la cultura es el espejo de la participación de los ciudadanos en la estructura de la sociedad. La cultura se entiende aquí como un pilar fundamental en el desarrollo de la sociedad y amplia su horizonte de acción estableciendo sinergias con otros ámbitos, como puede ser la economía, el empleo, educación, turismo, urbanismo... En la base de mi concepción de lo que debe ser la cultura subyace la concepción antropológica de lo que es cultura y que se refleja claramente en la Declaración de México sobre

políticas culturales de la UNESCO de 1982 que recoge en su preámbulo la idea de cultura y la define así “en su sentido más amplio, la cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”.

De este modo, de la idea de cultura expuesta antes emana la idea de política cultural. Los enfoques más relevantes que han tenido las políticas culturales han ido parejos a la propia evolución del concepto de cultura, a la evolución del significado del término a través de la historia, vinculada esta a diferentes corrientes intelectuales que la han definido según sus teorías, objetivos, variables y circunstancias históricas.

En un principio, han prevalecido las concepciones del ámbito antropológico y etnográfico de la cultura, que han dado lugar a políticas culturales con un marcado carácter inmovilista y patrimonialista, éstas con el paso del tiempo han resultado ser poco dinámicas, tratando de conservar patrimonios y valores tradicionales sin dar lugar a la evolución a la transformación.

Posteriormente las políticas culturales derivaron a una acción más de fomento de la cultura, de apoyo a la creación cultural, pero en ciertas ocasiones, han derivado en el exclusivo apoyo a las formas culturales de las clases medias, (cine, museos, danza, música de vanguardia...) olvidando en cierta manera el aspecto más social y de incorporación de toda la sociedad civil a la dinámica de la acción cultural.

Otro enfoque que ha prevalecido en las políticas culturales en las últimas décadas ha sido el de la utilización de la cultura como instrumento, para conseguir el desarrollo humano. Esta idea fue en principio identificada con la función social de la cultura, como modo de poder hacer participar a la población en los proyectos y actividades que satisficieran sus necesidades y expectativas, y al mismo tiempo, que fuera una herramienta de cohesión social y fortalecimiento de la identidad. Pero estos enfoques mal orientados y sacados de su objetivo universalista pueden dar lugar a identificar al estado como único proveedor de cultura y no como creador de las condiciones para que se den las manifestaciones culturales en el ámbito de lo social.

Los actuales enfoques teóricos de las políticas culturales, con los que coincido plenamente, plantean una visión más actual, “posmoderna”, contemporánea y debemos entenderlas desde la perspectiva de la acción, dinamismo, pro-actividad, de renovación. Su aplicación debe ser un proceso que facilite la interacción, participación, las sinergias. Cambiar las dinámicas verticales de la aplicación de la acción cultural, pasar a un modelo más horizontal y entender la política cultural desde una esfera “facilitadora” más que dirigista.

Estos enfoques son más fáciles de aplicar en pequeñas poblaciones, en el ámbito de lo local, pero todavía existe una necesidad de trasladar este esfuerzo a las políticas culturales estatales e internacionales, “varios informes recientes de las Naciones Unidas han dejado ver repetidamente la necesidad de los estados y organismos internacionales o intergubernamentales de tener que escuchar las voces de las ciudades y trabajar con ellas para la implementación de sus estrategias, desde el momento en que las autoridades locales son la institución democrática mas cercana a los ciudadanos” (Pascual i Ruiz, Dragojevic & Dietachmair, 2007, p. 20).

En el caso concreto del Guitarvera, la política cultural local del municipio ha incluido al festival en su programación como una acción cultural de gran calado e imprescindible en su programaciones culturales.

Un análisis en profundidad de la idea fundadora del festival motivo de esta investigación, nos indica que su motivación es de carácter fundamentalmente cultural. Pero se hace evidente que el Guitarvera tiene efectos relevantes en la economía local y de su área.

Por lo tanto, bajo esta dinámica establecida entre economía y cultura, se hace necesario que en este momento se deban establecer conceptos tanto del ámbito de la economía, como son estudio de impacto, definido en el epígrafe anterior, economía de la cultura y por otro lado, también términos dentro del ámbito de la cultura como son participación ciudadana y festival cultural.

Dentro de los términos de ámbito económico, relacionados estrechamente con los estudio de impacto es importante definir los conceptos de impactos o efectos directo, indirecto e inducido. Existen varias interpretaciones y puntos de vista, mi punto de vista coincide con este “los *efectos directos*, son los gastos de la institución cultural analizados en términos de salarios, compras u otros conceptos. Son medidos mediante los presupuestos de la institución, es decir por el análisis contable de los ingresos y los gastos. En este sentido, se debe separar el gasto realizado en el área de referencia y el gasto realizado fuera de la misma, para poder asignarlo correctamente al ámbito de estudio...los *efectos indirectos*, son los gastos que realizan los espectadores como consecuencia del consumo cultural (entradas, alojamientos, comidas ...). Suelen ser estimados por una encuesta al público asistente en la que se pregunta al encuestado por el gasto que espera realizar...los *efectos inducidos*, son las repercusiones económicas de los gastos anteriores en el resto de la economía por medio del concepto multiplicador.” (Devesa, Báez, Figueroa & Herrero, 2012, p.100). En mi investigación, el impacto inducido no se podría estimar, como comenté anteriormente, porque los multiplicadores a aplicar serían los referidos a Extremadura y estos están sin actualizar desde el año 1990, por lo tanto se ha optado por centrarse en el estudio del impacto directo e indirecto.

Una vez definidos los términos económicos más específicos podemos pasar a definir el marco más amplio donde se desarrollan, de esta manera, “La economía de la cultura nos ha ofrecido un cauce de conocimiento para demostrar que las artes, entendidas como un proceso individual o colectivo de creación y reconocimiento de la belleza, contribuyen al desarrollo social, pero también al progreso económico” (Herrero, 2011, p.198).

La economía de la cultura establece una división general de los bienes culturales que es: artes escénicas, industrias culturales y patrimonio cultural. El problema surge cuando queremos definir o introducir en estos parámetros a los festivales, ¿en qué lugar los colocamos? Los festivales son fenómenos complejos y dinámicos que resultan difíciles de clasificar y que pueden estar relacionados con los tres bienes culturales.

Ahora pasamos a términos del ámbito de la cultura. El significado que yo le atribuyo al término participación ciudadana sería; tratar, en la medida de lo posible, dar voz y capacidad de incorporación de sus iniciativas a quienes son protagonistas de la cultura en el municipio y a la población en general. Es a través de la participación ciudadana, como la relación entre lo político, lo civil y social debe estructurarse, de esta manera los ciudadanos pueden intervenir en las directrices de las políticas culturales, de los presupuestos, en las decisiones y conseguir una vida sociedad más democrática, fomentando la multiculturalidad, la integración, la cohesión social y evitando la exclusión social. Esta idea está muy bien reflejada en el Artículo 19 de los Compromisos de la Agenda 21 de la cultura que dice “Implementar los instrumentos

apropiados, para garantizar la participación democrática de los ciudadanos en la formulación, el ejercicio y la evaluación de las políticas públicas de cultura” y en el Artículo 5 de los Principios que dice “El desarrollo cultural se apoya en la multiplicidad de los agentes sociales. Los principios de un buen gobierno incluyen la transparencia informativa y la participación ciudadana en la concepción de las políticas culturales, en los procesos de toma de decisiones y en la evaluación de programas y proyectos”.

En relación con el concepto de festival, coincido plenamente con esta definición “podemos considerar que un evento cultural es un festival cuando tiene un cierto grado de organización, tiene una duración mínima y cuando se celebra de manera regular. Pero sobre todo, los festivales tienen una importante característica en común: una intensidad de la producción y de la experiencia cultural que es lograda gracias a un programa concentrado en el tiempo y planeado con un propósito claro y una dirección determinada” (Devesa, 2006, p.70). Partimos de esta definición de festival, pero para concretar específicamente el marco teórico debemos delimitar el objeto de esta investigación, los festivales culturales.

La proliferación de festivales es, en general, una tendencia nueva en los últimos años, su número ha crecido en las últimas décadas de una manera espectacular, la mayor parte de regiones, áreas, ciudades, comarcas tienen uno o varios dedicado a diferentes facetas de la cultura, música, teatro, circo, danza...la mayor parte de ellos han aparecido en la segunda mitad del siglo XX, sobre todo entre los años 60 y 80. Los festivales en su nacimiento estaban asociados a celebraciones, fiestas, costumbres que generalmente seguían a temporadas de trabajo duro, vinculados a cosechas, vendimias...dicha celebración en la mayor parte de los casos estaban asociados a la música, danza...y durante mucho tiempo también existía una vinculación directa con los aspectos religiosos o de espiritualidad. En la actualidad prevalece el factor de celebración y lúdico frente al religioso (Rolfe, 1992).

En definitiva los festivales son fenómenos complejos, dinámicos, activos y en constante evolución lo que hace que su estructura y planificación este en constante cambio. Los festivales son cultura viva, en el sentido de que se celebran y se agotan hasta su próxima edición, son cultura reproducible porque se pueden reproducir a través de libros, discos, vídeos...y cultura acumulada porque normalmente se celebran en lugares históricos con gran carga patrimonial y de esta manera contribuyen a la visibilidad y difusión de ese patrimonio (Devesa, Herrero & Sanz, 2009).

Por último “ los festivales culturales son cosas diferentes según la persona: para los artistas, son escaparates de sus obras; para los organizadores, desempeñan una función fundamental en la transmisión de información sobre el arte y la cultura a la comunidad; para el urbanista y el político, suponen un atractivo para el turismo cultural; y para el economista, son, por una parte, una empresa u organización con una función de producción compleja y sometida a limitaciones económicas y , por otra, generadores de flujos y rentas que se extienden por el tejido productivo local y regional. Los festivales son en definitiva, un fenómeno complejo que, además de un valor cultural, tiene un valor económico” (Devesa, 2006, p.95).

METODOLOGÍA

Para poder empezar a trabajar en este estudio de impacto, en primer lugar, se debe establecer contacto con la organización del festival para comunicar el trabajo que propongo realizar y solicitar su colaboración y de este modo conocer su estructura, organización, recursos de los que dispone, metodología de trabajo... y establecer de esta manera, las fuentes de información para poder empezar a crear un corpus de datos, de la misma manera, también debo establecer relaciones de intercambio de información con el ayuntamiento de la población y con la población en general.

La metodología que voy a utilizar para este estudio de caso va a ser de carácter mixto, porque considero que para el estudio de impacto económico los aspectos cuantitativos son los que prevalecen a la hora de obtener datos precisos y objetivos, datos cuantificables que puedan reflejar el impacto económico real del festival. Por otro lado, la valoración de las repercusiones sociales y culturales se estudiarán desde un punto de vista fundamentalmente cualitativo porque he considerado que es la más adecuada para hacer este estudio en un contexto determinado y porque quería reconocer y valorar las expectativas y el impacto que el festival provoca en las personas que participan en él.

Las herramientas para la investigación vendrán definidas en cierta manera por el tipo de impacto a valorar, es decir, a la hora de hacer la valoración del impacto económico y turístico utilizaré la metodología de los Estudios de Impacto Económico y más específicamente en los estudios denominados "Inscope Expenditure Studies" basada en la definición y medición de dos tipos de efectos (directos, indirectos) cuya herramienta fundamental será la encuesta- cuestionario principalmente cuantitativa y en la medida de lo posible, el grupo de discusión para los agentes vinculados a la hostelería y la restauración y también se practicará la observación no participante.

A la hora de valorar las repercusiones sociales y culturales, las herramientas que se utilizarán serán la encuesta-cuestionario y la entrevista semiestructurada con base fundamentalmente cualitativa y la observación no participante.

También pensaba que el análisis textual y documental sería un gran fuente de datos, pero al ir profundizando, me he dado cuenta que encontrar información disponible sobre el festival, es un trabajo complicado pues no existen apenas documentos o datos que analizar, que se creen desde la propia organización del festival, al margen de alguna memoria, algunos presupuestos, cartel, programas, reseñas en los Media, página web, facebook... por otro lado, un profesor de la UEX ha trabajado y mencionado en varias conferencias al festival de Guitarvera, me he puesto en contacto con él, su nombre es Martín Gómez-Ullate de León, para saber que tipo de estudio ha realizado y su enfoque.

APRECIACIONES METODOLÓGICAS

Dentro de la parte dedicada al estudio de impacto económico vinculado al turismo se va a analizar el impacto directo e indirecto. Desde un punto de vista metodológico, el estudio de estos impactos ha presentado algunas dificultades y barreras técnicas como: determinar el número de asistentes al evento, establecer el gasto concreto de cada asistente, imputación de los gastos a partidas duplicadas... debido a las particularidades y características de este evento y de su específica configuración.

Por ello, para realizar esta investigación se ha tratado de evitar, en la medida de lo posible, resultados exagerados, sobredimensionados y matices de carácter instrumentalista que justifiquen la naturaleza de este estudio, es por ello, que se ha

intentado ser lo más cuidadoso y objetivo posible, dentro de las limitaciones que implica el hecho de no ser un especialista en el tema, ni tener una formación específica en lo que concierne a los aspectos económicos.

Las apreciaciones que tienen que ver con el impacto directo vienen determinadas por los datos de los gastos que la organización y el ayuntamiento han hecho para poder organizar Guitarvera. Los datos o presupuestos me lo han proporcionado la propia organización del festival y el ayuntamiento del municipio a través de su concejal de cultura y el concejal de festejos. En estos datos no había discriminación entre los gastos que se habían hecho directamente en el área o fuera de ella y por lo tanto ese trabajo lo he realizado personalmente.

El impacto indirecto se ha estimado a partir de la entrega de una Encuesta al Visitante, en ella se preguntaba por diferentes aspectos y en este momento es necesario hacer una serie de aclaraciones y especificaciones para poder entender la base de la que se han obtenido los datos:

- La encuesta al visitante se ha realizado durante los días 22 y 23 de Abril de 2017. El número de encuestas realizadas ha sido de 206. Fundamentalmente se ha aplicado el sistema de encuestador entrevista al encuestado en 175 de las 206 encuestas realizadas, las 31 restantes corresponden al modelo de encuesta autocumplimentada que se entregó en los diferentes alojamientos hoteleros de la población. El total de la muestra se hizo de forma aleatoria en las diferentes actividades del festival y a diferentes tipologías de asistentes. El sábado se realizaron 135 encuestas a lo largo de todo el día. El domingo se realizaron 71 encuestas.
- De las 206 encuestas realizadas, solo se ha tenido en cuenta los datos de las realizadas a personas no residentes en el municipio y a ello corresponden 199 encuestas. Por lo tanto, a la hora de cuantificar el gasto solo se tiene en cuenta el de los visitantes externos para determinar el atractivo turístico que tiene el festival. El gasto de los locales, 7 encuestados eran del municipio, no se ha tenido en cuenta para tratar de obtener un resultado más objetivo. De todas formas, el Guitarvera genera en los residentes o locales gastos adicionales por ser un evento cultural extraordinario dentro de la programación cultural del municipio.
- De los 199 encuestados que se tienen en cuenta para conocer que gasto han tenido en el festival, se discriminan los datos de presupuesto diario de 9 visitantes, debido a que acudieron al festival porque se lo indicaron en su alojamiento hotelero, de lo que se deduce, que la razón por la que estaban en la zona no se relacionaba con la existencia del festival. Es decir, con esta discriminación se trata de determinar exclusivamente los datos económicos de las personas que han acudido premeditadamente a la población porque se celebraba el festival, no porque estuvieran en la población por otro propósito.
- Para conocer el gasto diario de cada asistente, el encuestado no respondía con una valoración exacta en las tres categorías propuestas de presupuesto (*Alojamiento, Comida, bebida, ocio. Otras compras*), sino que se ofrecía una escala de cantidades por tramos de gasto y el encuestado señalaba la escala donde situar su presupuesto. El gasto diario, se ha obtenido aplicando medias en cada tramo de la escala y en cada categoría. Ejemplo: Un encuestado decide situar su presupuesto diario en la categoría "*Comida, bebida, ocio*" en el tramo de la escala de "Entre 25 y 50 Euros" para contabilizar su gasto se establece la media que correspondería a 37,5 Euros al día en esta categoría. Con esta forma de establecer los gastos diarios mediante medias se trata de evitar la simplificación y la sobredimensión de los mismos.

- Para no solapar y contabilizar dos veces algunos gastos de los visitantes, es decir, no repetir la misma partida en los gastos directos y en los indirectos, en concreto en la categoría de gasto de “Otras compras”, se especificaba al encuestado que esta categoría era referida a las compras que este realizase al margen de los gastos que hiciera en merchandising de la organización (camisetas, jarritas, gorras...) pues estos se incluyen en el presupuesto del festival, específicamente en el apartado referido a ingresos de la organización por venta de productos que sirven para que el festival pueda autofinanciarse.

Resumiendo y como aclaración final, la pretensión inicial de esta investigación era realizar un estudio de impacto económico midiendo los tres tipos de impactos (directo, indirecto e inducido) que se utilizan en las metodologías que conciernen a este tipo investigaciones, pero los multiplicadores input-output en los que se basa la metodología de establecimiento del impacto inducido mas actualizados en el tiempo de la comunidad de Extremadura son del año 1990. Por lo tanto, tratar de establecer el impacto inducido con unas estimaciones de hace 27 años se consideró que no era pertinente, ni objetivo y por esta razón no se pudieron aplicar en este estudio. De esta manera, en mitad de la investigación la propia realidad impuso que mi investigación cambiara, pasando de la intención de realizar un estudio de impacto económico en el sentido académico de la palabra a modificarla la perspectiva y realizar finalmente un "Inscope Expenditure Studies".

RESULTADOS

DESCRIPCIÓN DEL GUITARVERA

El festival Guitarvera, o como a sus organizadores les gusta denominarlo, “*Encuentro de cultura popular*” nace el año 2002 en la población de Villanueva de la Vera. El germen de su aparición está relacionado con una serie de iniciativas que intentaron desarrollarse dentro de un programa de “Prevención de drogodependencias” que se celebró ese año y que promovía crear alternativas al consumo de alcohol dentro de los jóvenes, tanto en la calle como en los establecimientos de hostelería. Este programa dependía de la financiación pública de la Mancomunidad de la Vera y se desarrolló con el apoyo del ayuntamiento de la población. El proyecto trató de involucrar al mayor número de personas y colectivos (AMPA, Asociaciones culturales y deportivas, Universidad Popular, grupos musicales...) del municipio. Algunos integrantes de los grupos de música folklórica del municipio vieron la posibilidad de enlazar la creación de un encuentro de música folklórica, idea que ya venían pensando hace tiempo, con las iniciativas a promover de este programa y de esta conjunción nace la primera idea de Guitarvera.

La iniciativa por lo tanto surge desde el apoyo del ayuntamiento, pero la organización, desarrollo y materialización del festival corresponde finalmente a un grupo de personas, a una iniciativa civil, sin ánimo de lucro y que tratando de mantenerse al margen de la financiación pública, planteó la creación de una actividad cultural autónoma e independiente basada en la música y la cultura popular.

De entre sus objetivos o principios fundacionales se pueden destacar “*Promover la música y la cultura popular, las tradiciones y costumbres transmitidas por nuestros mayores. Mostrar Villanueva, sus calles, rincones, plazuelas... como escenario natural para actuaciones de grupos y actividades. Que las diversas asociaciones locales participen y den vida cultural al pueblo. Dar la oportunidad a la gente joven para que descubra sus raíces folklóricas, artísticas y culturales*” (Tríptico de la Organización de Guitarvera, 2002).

IMAGEN 1: Paseo Histórico-musical (1)



Autor: Víctor Manuel Trejo.

En origen, su leitmotif era mantener viva la música popular, pero con los años se ha ido enriqueciendo de tal manera que se puede decir que tiene un carácter etnográfico además de lúdico y festivo. Cada año se articula sobre un eje principal: arquitectura, gastronomía, música... fomentando la participación de los asistentes mediante rutas (senderista, histórica, musical) talleres, conferencias... Con el paso del tiempo y gracias a su éxito de convocatoria, ha crecido exponencialmente, lo que ha planteado grandes retos a la organización y al propio municipio por la gran afluencia de público de las últimas ediciones.

Su naturaleza es autónoma y de autofinanciación, la organización no responde a ninguna figura legal reconocida y su matriz social, basada en la participación de la sociedad civil, no recibe subvenciones públicas. Su presupuesto nace de la autogestión y se obtiene principalmente mediante las aportaciones de los asistentes que compran el merchandising, participan en las rifas o consumen en la cantina de la organización. El ayuntamiento en menor medida apoya económicamente en cada edición.

El trabajo se desarrolla a través de una asamblea organizadora (alrededor de unas 20 personas fijas) estructurada en comisiones de trabajo y voluntarios que coordinan, diseñan y gestionan cada edición. En un principio, las institución más cercana, el ayuntamiento, apoyó su desarrollo, prestando equipamientos y recursos organizativos y finalmente otras instituciones públicas autonómicas han apoyado el proyecto pero sólo cuando este ha llegado a tener gran visibilidad y ha influido de una manera transversal en sectores cercanos como turismo, economía...

El Guitarvera se celebra generalmente el segundo fin de semana de después de Semana Santa y con el paso de los años ha adquirido una estructura o programa fijo. Las fechas correspondientes a este año han sido 21,22 y 23 de abril.

El cronograma, a grandes rasgos, responde a esta estructura: el viernes tarde presentación de tema, conferencia asociada al mismo y presentación de ruta senderista del sábado y posterior ruta musical. El sábado por la mañana se celebra la ruta senderista relacionada con la temática elegida, por la tarde, talleres involucrando a niños y mayores, posteriormente el pregón y a continuación conciertos y actuaciones planificadas y espontáneas, finalmente, la jornada del sábado se cierra con fuegos artificiales. El domingo comienza con un paseo histórico-musical, previamente se ha establecido una exposición temática al aire libre generalmente en la plaza municipal. Entorno al mediodía, comienzan las actuaciones musicales establecidas en un circuito

que se desarrolla en el casco histórico del municipio y que atrae a numeroso público y que consiste en la actuación simultánea de unos 12 grupos de música tradicional. La tarde del domingo, después de la parada, para que los participantes de los grupos musicales coman, termina con actuaciones espontáneas de los mismos donde se mezclan profesionales y asistentes al evento.

Cada año su celebración se ha convertido en una de las actividades de carácter cultural que más participación, difusión y éxito tiene en el municipio. La iniciativa tenía en principio un carácter local y comarcal pero en la actualidad gran cantidad de asistentes son de otras comunidades autónomas.

Finalmente, podemos concluir que el Guitarvera no es propiamente lo que denominaríamos un festival al uso, es un evento cultural en el que la música está en su raíz y sigue manteniendo en su configuración un merecido hilo conductor, pero esta actividad es fundamentalmente un instrumento para recobrar, difundir y poner en valor el patrimonio material e inmaterial de la cultura popular. Estos son los enlaces de su página web y su facebook.

<http://www.guitarvera.es/>

<https://www.facebook.com/search/top/?q=guitarvera%202017>

IMAGEN 2: Pregón del festival 2017



Autor: Víctor Manuel Trejo.

IMPACTO ECONÓMICO

A continuación, en este apartado se analizarán las repercusiones económicas del festival, en primer lugar el impacto directo y en segundo lugar el impacto indirecto los datos para su cálculo han sido obtenidos a partir de la Encuesta del Visitante que se presenta el anexo 1.

IMPACTO DIRECTO

CUADRO 1: Gastos del Guitarvera (impacto directo)

TIPOS DE GASTOS	GASTO ORGANIZACIÓN	GASTO MUNICIPAL	GASTO TOTAL	GASTO EN EL ÁREA	GASTO FUERA DEL ÁREA	% SOBRE GASTO TOTAL
Catering	1.210,62 €		1.210,62 €	1.210,62 €		7,07%
Material Venta y merchandising	6.628,64 €		6.628,64 €	5.753,64 €	875 €	38,75%
Contratación, recursos técnicos	4.230 €	598 €	4.828 €	2.030 €	2.798 €	28,23
Administración, regalos, papelería	130,80 €		130,80 €	130,80 €		0,76%
Transporte	535 €		535 €		535 €	
Marketing, publicidad		1.589,8 €	1.589,8 €	900 €	689,80 €	9,29%
Imprenta, cartelería		2.100 €	2.100 €	2.100 €		12,27%
Otros	78,90 €		78,90 €	78,90 €		0,46%
TOTAL Y PORCENTAJES	12.813,96 € 74,92%	4.287,80 € 25,08%	17.101,76 € 100%	12.203,96 € 71%	4.897,8 € 29%	100%

Fuente: Elaboración propia sobre los datos de la Encuesta al Visitante.

Como ya se ha apuntado antes, la organización del festival intenta en cada edición que el evento sea autofinanciable y autogestionado, condición que se consigue mediante la obtención de ingresos a través de varias fórmulas vinculadas al merchandising (gorras, sombreros, camisetas...) de rifas... y mediante el trabajo de muchos voluntarios, la colaboración desinteresada de conferenciantes, artistas, empresarios de la población y público en general. El ayuntamiento también desempeña un papel secundario en el presupuesto del evento, especialmente es necesario en su dimensión de apoyo logístico (equipamientos, infraestructuras, recursos técnicos y humanos) y de igual manera, ejerce un papel fundamental como último depositario de la responsabilidad civil subsidiaria.

El presupuesto total para organizar el Guitarvera en la edición de 2017 ha sido de 17.101,76 €, del que corresponden 12.813,96 € al aporte de la organización y que representa el 74,92% del presupuesto total y 4.287,80 € al ayuntamiento, siendo este el 25,08% como se observa en el cuadro 1.

Es importante destacar que el ratio de gasto en inversión por visitante es muy bajo en relación con el gasto repercutido o impacto indirecto. Si la asistencia se ha estimado en 1.458 personas y el presupuesto total ha sido de 17.101,76 €, se han invertido entonces 11,72 € por persona.

Del presupuesto general debemos entender que no todo ha repercutido directamente en la población y en su área de influencia. Para determinar los gastos directos imputables estableceremos que estos gastos se hayan realizado en un radio de 40 Km de la ubicación de la población, fuera de este perímetro se consideraran gastos no incluidos en este apartado como se puede ver en el cuadro 1. El 71 por ciento del gasto general se quedó en la población y su área y el 29 por ciento se realizó fuera del área de influencia.

Dentro de los gastos generales del festival, cabe destacar que la organización destina el 38,75% del presupuesto a la inversión en productos de merchandising cuya

venta repercutirá en crear ingresos para la financiación, pero esta estrategia supone que gran parte del esfuerzo humano se dedique a esta pretensión y no ha otras labores que podrían proporcionar más actividades al programa del festival. En segundo lugar, el 28,83% del presupuesto es para contratación de equipos técnicos, pago del caché de los grupos, este porcentaje está sufragado fundamentalmente por la organización. La publicidad, labores de marketing y comunicación, gastos de imprenta y cartelería suponen un 21,56% del presupuesto y corresponden al ayuntamiento en su totalidad. Por último, el 7,07% del presupuesto es para pagar los servicios de catering para los grupos musicales participantes y lo asume enteramente la organización.

IMAGEN 3: Puesto de venta de merchandising



Autor: Víctor Manuel Trejo.

IMPACTO INDIRECTO

Para establecer el impacto indirecto nuestra herramienta fundamental va a ser la Encuesta al Visitante. A la hora de establecer valoraciones derivadas de los datos de la encuesta, se hace indispensable haber establecido previamente el número de visitantes al Guitarvera. Para poder establecer esta valoración se ha recurrido a contar el número aproximado de participantes en cada actividad del festival como se observa en el cuadro 8.

Especialmente complicado ha resultado estimar el número de asistentes al circuito musical del domingo, para ello se ha tomado como referencia el número de jarritas vendidas en el puesto de venta de merchandising que la organización tiene en la plaza municipal. El número de jarritas vendidas ha sido de 1.281, pero considerando que no todo los asistentes compran este objeto, a la hora de valorar el número de asistentes a las actividades del domingo y teniendo en cuenta que el domingo es el día con mayor afluencia de público, se ha ponderado sumar al número total de jarritas vendidas un tercio más del mismo número, resultando como número final en esta valoración 1.921 asistentes. Esta cifra no diferencia entre locales y visitantes.

Una vez obtenido el número aproximado de asistentes totales, debemos aplicar dos variables, que pretenden reflejar valoraciones lo más objetivas y cercanas a la realidad. La primera variable que se aplicará será la del número de días que dura el festival, dos días y medio, es decir 2,5 para obtener una media de visitante por día y la

otra variable es la de restar la población local total 2.122 personas al número de participantes totales en las actividades, con el fin de discernir las personas que han estado en las actividades del festival y que no son habitantes de la población, es decir no tener en cuenta a los asistentes locales.

Finalmente, al número total de asistentes se ha aplicado las dos variables al mismo tiempo, resultando finalmente 6 valoraciones y siendo el número final de asistentes la media de estas seis valoraciones diferentes, como se puede observar en el cuadro 2.

CUADRO 2: Variables para establecer N° visitantes externos

OPCIONES	Público viernes	Público sábado	Público domingo			NÚMERO ASISTENTES TOTALES
			Paseo histórico y participantes Grup Música	Nº total de jarras vendidas	Nº total de jarras vendidas + 1/3 jarras	
Opción A (Variable de 2/5 días)	243	1.359	878		1.921	$4.401 / 2,5 =$ 1.760
Opción B (Variable de 2/5 días)	243	1.359	878	1.281		$3.761 / 2,5 =$ 1.504
Opción C (Variable población)	243	1.359	878		1.921	$4.401 - 2122 =$ 2.279
Opción D (Variable población)	243	1.359	878	1.281		$3.761 - 2122 =$ 1.639
Opción E (Ambas variables)	243	1.359	878		1.921	$4.401 - 2.122 / 2,5 =$ 911
Opción F (Ambas variables)	243	1.359	878	1.281		$3.761 - 2.122 / 2,5 =$ 655
MEDIA DE LOS ASISTENTES	SUMA OPCIÓN A, B, C, D, E, F / 6					1.458

Fuente: Elaboración propia sobre los datos de la Encuesta al Visitante.

Por lo tanto, el número de visitantes al festival que se baraja es de 1.458, en el cual no se incluyen los habitantes locales.

A la hora de valorar el número medio de días de estancia en el festival, se ha tenido en cuenta sólo las respuestas a la pregunta 7 de la Encuesta del Visitante de las personas que acudieron al festival como motivo principal. Se ha discriminado en esta valoración, los 7 encuestados residentes y los 9 encuestados que no venían expresamente al festival y dos encuestados que no responden a la pregunta, por lo tanto se han tenido en cuenta 187 respuestas. El resultado es una estancia media de los visitantes de 1,54 días.

El 67,37% de los visitantes pasan dos noches del fin de semana del festival, el 12,83% de los visitantes pasan solo una noche y el 13,36% pasan solo unas horas, principalmente el domingo, de igual manera, el 6,44% del total de visitantes pasan mayor tiempo en la población más allá del fin de semana.

Una vez aclarado el número total de visitantes y la media de días de estancia de los mismos, podemos realizar las operaciones necesarias para calcular el impacto indirecto, que podemos observar en el cuadro 3.

CUADRO 3: Gasto medio diario y gasto por media de estancia de los visitantes

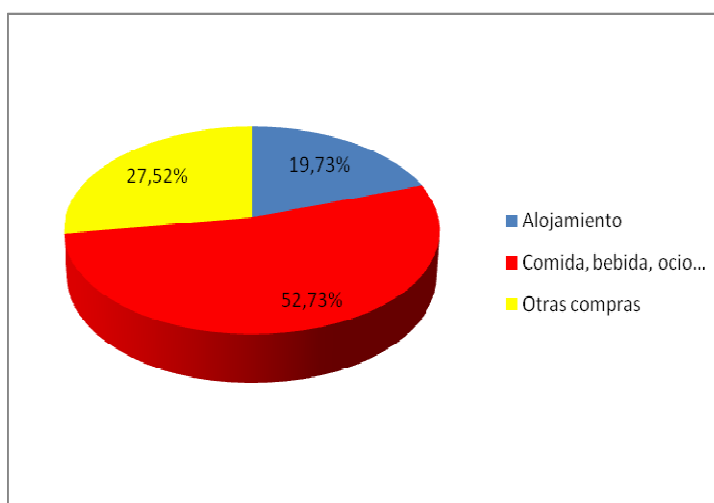
CATEGORÍAS DE GASTO DIARIO	GASTO DIARIO TOTAL DE (182 encuestados*)	GASTO DIARIO TOTAL POR VISTANTE	GASTO POR ESTANCIA MEDIA DE 1,54 DÍAS	GASTOS TOTALES DE 1.458 VISTANTES	PORCENTAJES CON RESPECTO AL GASTO DIARIO TOTAL
Alojamiento	3.412,5 €	18,75 €	28,87 €	42.092,46 €	19,73%
Comida, bebida, ocio...	9.120 €	50,10 €	77,15 €	112.484,7 €	52,73%
Otras compras	4.760 €	26,15 €	40,27 €	58.713,66 €	27,52%
TOTAL	17.292,5 €	95,01 €	146,31 €	213.319,98 €	100%

Fuente: Elaboración propia sobre los datos de la Encuesta al Visitante.

*El número de encuestas estimadas es de 182, frente a las 206 realizadas porque 7 corresponden a locales, 8 personas no responden y 9 no se valoran porque su estancia en el festival es porque se lo recomendaron en su alojamiento.

El impacto indirecto sobre la economía local sería de 213.319,98 €. Observando el cuadro 3 se puede destacar que la mayor partida de gasto de los visitantes corresponde a la categoría de “Comida, bebida y ocio” con un 52,7% del total de gasto, le sigue el gasto en “Otras compras” del 27,5% y para terminar, el gasto menor se atribuye a el alojamiento con un 19,73 %. De lo que podemos deducir que los alojamientos y hoteles no obtienen tanto beneficio como se supondría, además se corrobora al evidenciar que el 63% de los encuestados se alojan en casa de amigos y familiares como se observa en la figura 7.

FIGURA 2: Distribución del gasto por categorías (porcentajes)



Fuente: Elaboración propia sobre los datos de la Encuesta al Visitante.

Por otro lado, los comercios y empresas de venta de productos regionales obtienen una mayor proporción de gasto que los alojamientos, y los que más se benefician claramente son los establecimientos de restauración y hostelería.

Estos datos coinciden con las opiniones obtenidas del grupo de discusión y entrevista realizada a los restauradores de la localidad (anexo 3). De forma general, consideran que la celebración del festival mejora mucho sus beneficios, doblándolos o triplicándolos con respecto a un fin de semana de fiesta. También manifiestan que deben contratar extras para afrontar la mayor demanda de trabajo, resultando una media de 2 personas más trabajando por establecimiento durante el fin de semana. Por otro lado, señalan que la demanda supera a la oferta, especialmente el domingo debido a la gran afluencia de público, lo que hace que surjan problemas asociados a la masificación: tráfico, aparcamientos, falta de baños públicos, basura... Desde el punto de vista de la comunicación y el marketing exterior que se hace del festival, consideran que es poca y mala, y además señalan que de la gestión de esta tarea se debería encargar el ayuntamiento. Por otro lado, resaltan que la información que ellos reciben para trasladar a los visitantes es escasa, tardía y que faltan puntos de información para esta labor. En general, su apreciación del festival es inmejorable, porque consideran que tiene un efecto muy positivo para la economía de la ciudad y señalan la disponibilidad para apoyarlo económicamente si el festival lo propusiera.

El impacto o repercusión total del Guitarvera sobre el municipio de Villanueva de la Vera sería la suma de los efectos directos e indirectos que se recogen en el cuadro 4.

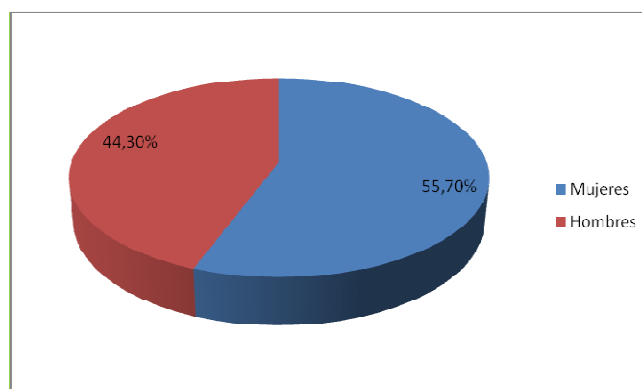
CUADRO 4: Impacto total

TIPO IMPACTO	CANTIDAD
DIRECTO	12.203,96 €
INDIRECTO	213.319,98 €
TOTAL	225.523,94 €

Fuente: Elaboración propia sobre los datos de la Encuesta al Visitante.

VALORACIONES VINCULADAS AL TURISMO Y AL PERFIL DEL VISITANTE

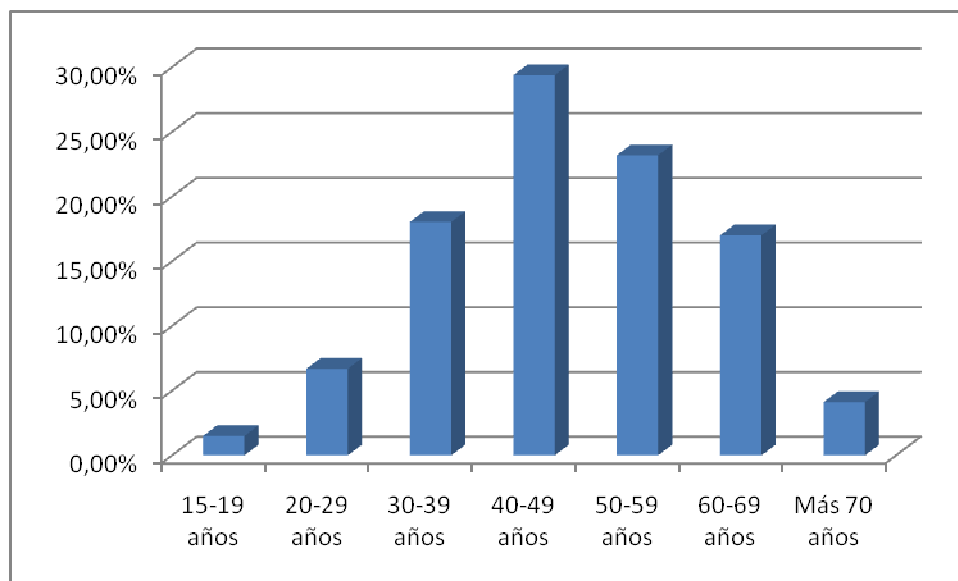
FIGURA 3: Sexo de los visitantes (porcentajes)



Fuente: Elaboración propia sobre los datos de la Encuesta al Visitante.

Después de haber analizado el impacto económico, voy analizar los datos obtenidos a partir del grupo de preguntas de carácter demográfico de la Encuesta del Visitante: procedencia, sexo y edad, formación y otras particularidades como son las razones por las que asisten al festival, su grado de fidelidad al mismo y su grado de satisfacción... Con estos datos se trata de trazar un perfil del asistente al evento y ponerlo en relación con los datos de mercado carácter turístico, para poder conocer la capacidad de atracción en este sentido del Guitarvera. Los resultados del sexo quedan recogidos en la figura 3 y los de la edad en la figura 4.

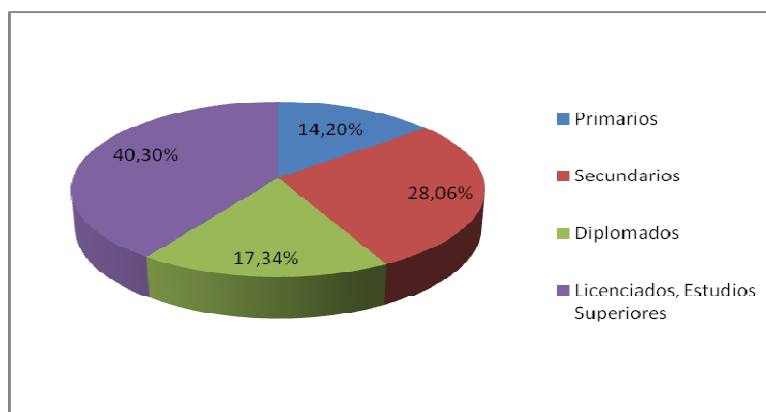
FIGURA 4: Grupos de edad



Fuente: Elaboración propia sobre los datos de la Encuesta al Visitante.

Con respecto a la edad, queda claro que el público asistente en su mayoría es de una edad madura, solo el 8,2% está por debajo de los 29 años, los grupos más significativos en porcentajes son los situados entre los 40 y los 59 años. Si estableciéramos una media entre los 194 encuestados, la media resultante correspondería a 47,7 años, por lo tanto el público objetivo del Guitarvera es fundamentalmente de una edad madura. Con respecto al sexo es ligeramente superior el porcentaje de mujeres asistentes 55,7% con respecto a un 44,3% de hombres.

FIGURA 5: Niveles de estudio y formación de los visitantes



Fuente: Elaboración propia sobre los datos de la Encuesta al Visitante.

En lo que tiene que ver con la formación y estudios de los visitantes, el perfil responde a estos porcentajes recogidos en el figura 5, en el que podemos observar que más del 50% tiene estudios de diplomatura o superiores, cabría pensar que el interés por la cultura popular frente a la “alta cultura” se asocia a niveles menores de formación, pero dado el dato y teniendo en cuenta que las tipologías de consumo cultural tradicionales se han difuminado y se han fusionado por la propia evolución de la sociedad, podríamos decir que el prototipo de consumidor cultural de Guitarvera entraría dentro del omnívoro cultural con especial interés por el folklore.

CUADRO 5: Procedencia de los visitantes

PROCEDENCIA	Nº PERSONAS	%
Comarca	16 personas	8,42%
Resto provincia	21 personas	11,05%
Autonomía	12 personas	6,31%
Resto España	134 personas	70,52%
Otro país	7 personas	3,68%
TOTALES	190 personas	100%

Fuente: Elaboración propia sobre los datos de la Encuesta al Visitante.

Del análisis del cuadro 5 se puede desprender de forma clara, que muchos visitantes, el 70,52% son de otras autonomías, dentro de estos, destacan 94 encuestados que provienen de Madrid y 15 de Castilla la Mancha, la razón que puede explicar este dato tiene que ver con que el municipio está enclavado en una comarca con gran atracción y fama turística con respecto a la capital, pero desde mi perspectiva, la principal razón es que muchos de los encuestados tienen una segunda vivienda vacacional en la comarca debido a que existió en los años 60 y 70 del pasado siglo mucha inmigración hacia la capital y conservan la casa de los padres en el área, por otro lado, la situación de municipio prácticamente limítrofe con las provincias de Toledo y Ávila hace que los habitantes de esa comunidad estén cerca.

IMAGEN 4: Paseo Histórico-musical (2)



Autor: Víctor Manuel Trejo.

IMAGEN 5: Plaza Aniceto Marinas



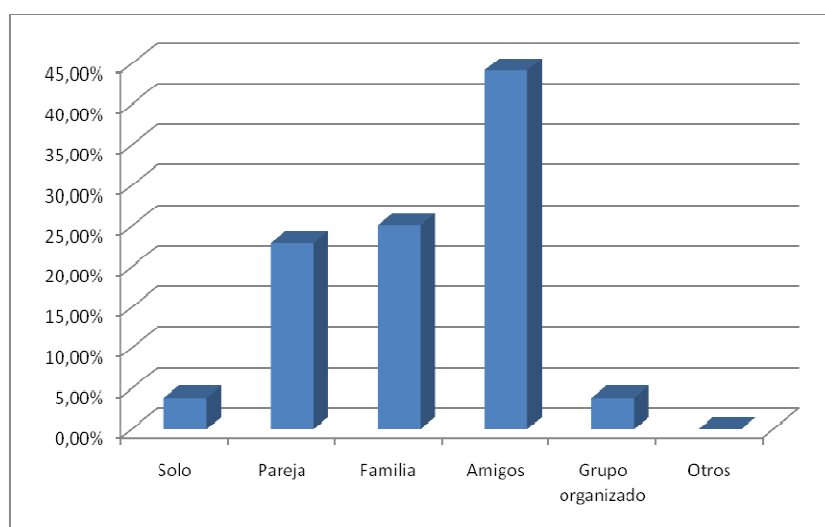
Autor: Víctor Manuel Trejo.

Analizando los motivos por los que los visitantes acuden, los datos de los encuestados, recogidos en la pregunta 4 de la encuesta, “*motivos por los que acude al festival*” (esta cuestión podía ser respondida con varias de las opciones plantadas) resulta que un 34,42% acude por motivos culturales, 33,33% responde que por vacaciones y ocio, por razones turísticas el 16,30% y en menor medida por motivos de

curiosidad 11,59%. 3,62% acuden por razones profesionales o de participación activa en algún grupo musical y un 0,72% aduce otras razones. De las 276 respuestas señaladas a la cuestión, cabe destacar que cuando los visitantes señalan dos opciones el 70% de las respuestas corresponden a señalar los motivos culturales unidos a los de vacaciones y ocio. Estos datos serán analizados posteriormente en el apartado de impacto cultural y social.

La pregunta 6 de la encuesta “¿Viene usted acompañado por?” planteaba varias opciones y su respuesta podía ser múltiple, 197 visitantes la completan y dan 231 respuestas que se reflejan en la figura 6.

FIGURA 6: Tipología de los visitantes en función del acompañamiento



Fuente: Elaboración propia sobre los datos de la Encuesta al Visitante.

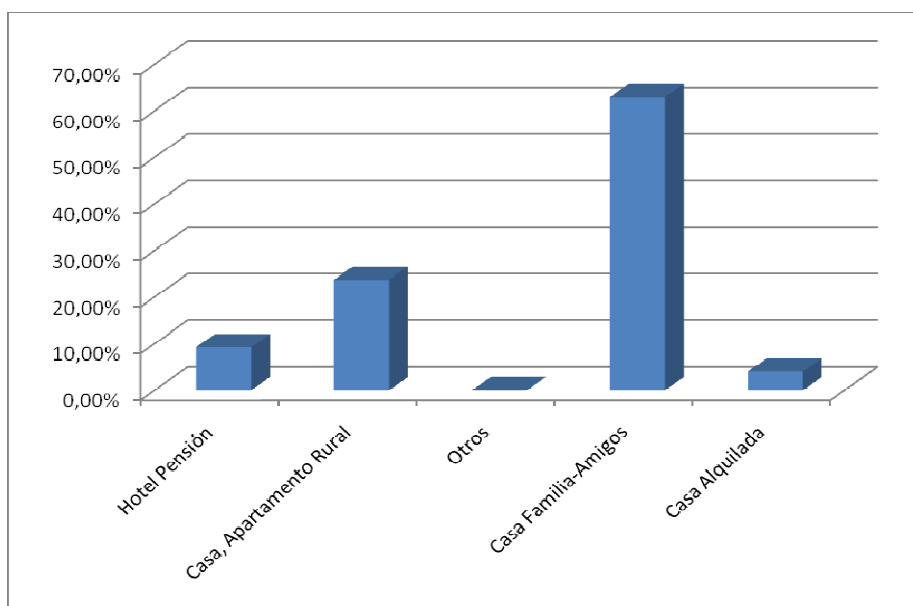
Las respuestas reflejan que el mayor porcentaje de visitantes viene acompañado al festival por amigos, casi es el doble que los demás cómputos, seguido de casi un igual porcentaje (alrededor del 25%) de los visitantes acompañados por pareja y por familia.

Para finalizar este apartado perteneciente al perfil del asistente y tratando de enlazar con un análisis que está más en consonancia con cuestiones de índole turístico, paso a analizar las respuestas a la pregunta 3 de la encuesta “¿Es la 1ª vez que acude al festival?”. Los resultados son que; el 31,12% de los asistentes acuden por primera vez y el 68,87% ya habían acudido antes. Destaca, que de los visitantes que ya habían acudido 41 encuestados refieren que han acudido en más de una ocasión al festival, lo que supone con respecto al último porcentaje señalado que el grado de fidelización del público asistente es de un 30,3%. Por otro lado, los datos también reflejan que la capacidad de atracción turística no es tan relevante como en un principio se podría suponer y por lo tanto, se debería revisar el hecho de si las campañas de marketing, comunicación y publicidad en las que el ayuntamiento está invirtiendo están logrando el efecto esperado.

A continuación me dispongo a analizar cuestiones que pertenecen al ámbito del turismo y que tienen estrechos lazos con los datos obtenidos del estudio de impacto económico.

De la pregunta 8 correspondiente al tipo de alojamiento elegido, podemos observar los datos en la figura 7.

FIGURA 7: Tipo de alojamiento elegido



Fuente: Elaboración propia sobre los datos de la Encuesta al Visitante.

Como se puede observar existe una gran mayoría de visitantes (63%) que se queda en casa de amigos y familiares, este dato enlaza con el análisis anterior de los datos de la figura 6. Si sumamos los porcentajes de los demás tipos de alojamientos, resulta que un 37% de visitantes recurre a alojamientos comerciales. Por esta razón, como hemos visto en los gastos diarios de los visitantes en alojamiento, se corrobora el menor desembolso en esta categoría de gasto, con respecto a las demás categorías (*Comida, bebida, ocio. Otras compras*).

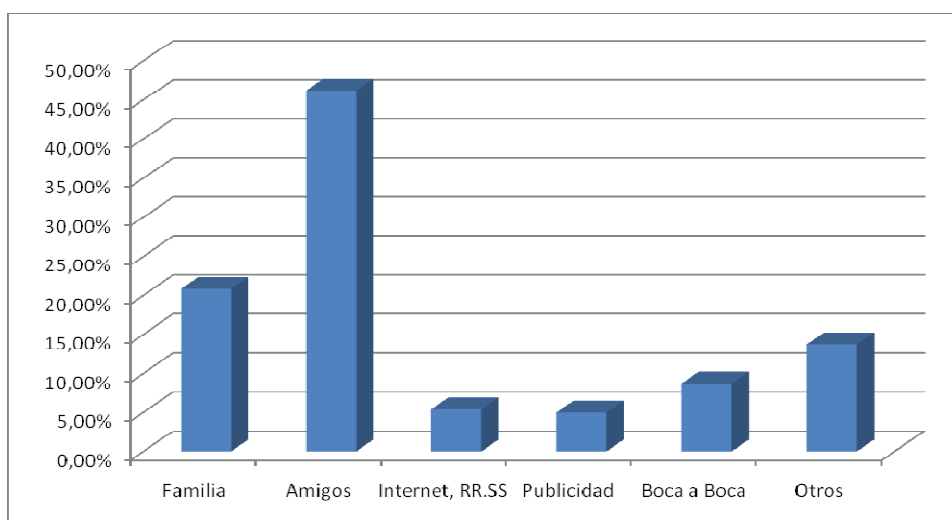
Analizando la ocupación durante el fin de semana de los establecimientos de alojamiento, cabría suponer que todos ellos estarían totalmente ocupados, pero tras una consulta directa con dichos establecimientos, se señala que los situados dentro del municipio o sus cercanías tenían un 100 % de ocupación y los que se encuentran en un radio de 5 Km de la población se encontraban a un 80% de ocupación.

Con respecto a la media de estancia de los visitantes durante el fin de semana me remito a lo enunciado en el apartado de impacto indirecto y simplemente recuerdo el dato resultante que es de 1,54 días.

Al observar los datos recogidos en la figura 8, es rotunda la afirmación de que la mayoría de los asistentes conocen la existencia del festival no por campañas de marketing o publicidad (el 75,83 % lo conocen por amigos, familia o boca a boca), ni porque exista un empeño por parte de la organización de crear una estrategia de difusión y promoción del festival para lograr un mayor alcance y una mayor asistencia de público, es más, me consta que desde la propia organización existe una clara postura y una intención manifiesta por no promocionar y difundir el Guitarvera más allá de su Web, contactos de redes sociales... porque consideran que más público desvirtuaría en cierta manera el festival. Mayor número de asistentes, es igual a mayores problemas organizativos y logísticos y además señalan que su principal función es crear una actividad cultural alrededor de la cultura popular.

Estos planteamientos de la organización son diferentes de los del ayuntamiento, este trata de publicitar, promocionar el festival, mediante cuñas de radio, cartelería, presentaciones institucionales... como un acontecimiento cultural y turístico, por esta razón, los recursos económicos destinados a la difusión, publicidad del Guitarvera provienen fundamentalmente de las arcas municipales.

FIGURA 8: Modo de acceso a la información del Guitarvera



Fuente: Elaboración propia sobre los datos de la Encuesta al Visitante.

Enlazando con estas consideraciones acerca de la publicidad y promoción y las estrategias de visibilidad del festival para mejorar su capacidad de atracción y atraer nuevos visitantes, el análisis de los datos de la pregunta 2 de la encuesta “¿Había visitado antes la comarca?” evidencia que sólo el 5,10% de los visitantes acude por primera vez a la zona, por lo tanto las estrategias en este sentido que el ayuntamiento está llevando a cabo no tiene el efecto resultado o no se enfocan bien. El hecho de que el 94,90% de los visitantes ya conozcan la comarca se justifica por razones antes mencionadas cuando se trató el tema del perfil del visitante.

IMPACTO SOCIAL-CULTURAL

El Guitarvera o “Encuentro de cultura Popular” tiene en su propia definición el término cultura, por lo tanto vemos como desde su nacimiento, el festival tiene un marcado foco cultural. Esta marcada vocación cultural se ve corroborada por el dato obtenido de la pregunta 4 (¿Viene al festival por motivos?) el resultado es que el 34,42% viene por motivos culturales y seguido de un 33,33% por vacaciones y ocio. Con estos dos datos, que ocupan el rango más alto en la clasificación de razones por las que los visitantes acuden al festival, se puede afirmar que van de la mano el aspecto lúdico, de festividad, de diversión y el aspecto de recuperación de tradiciones y costumbres, revalorización del patrimonio material e inmaterial, difusión y promoción del folklore y de la cultura popular frente a la “alta cultura”, en un empeño por tratar de dimensionar lo local frente a lo estatal.

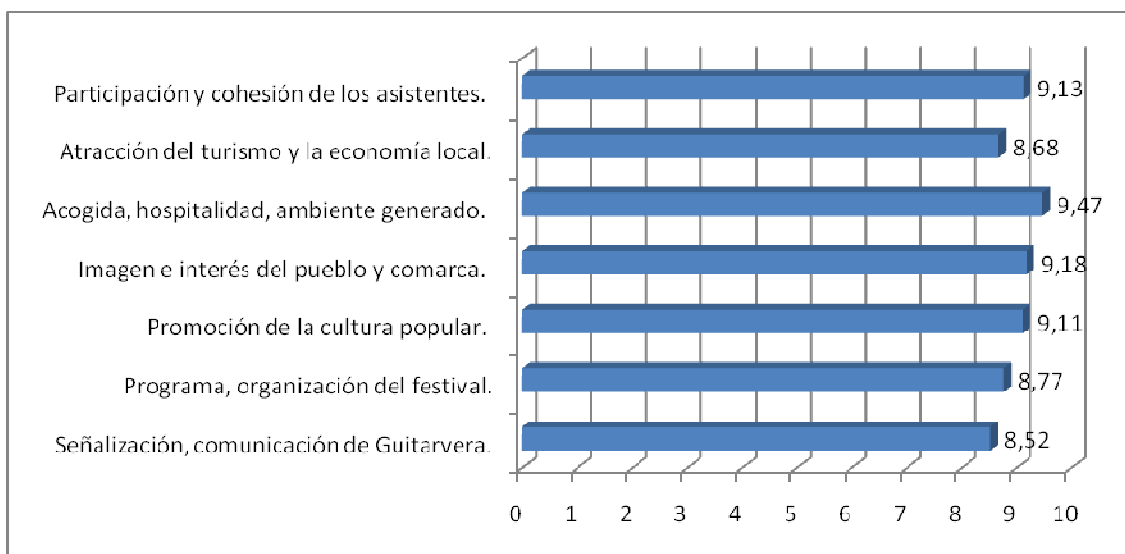
Esta doble dimensión cultural y lúdico-festiva hace que el propio proceso de participación consiga que los visitantes vivan una experiencia, la sientan y consigan pasar de la mera observación pasiva a una dimensión vivencial y de participación activa, que hace que el propio acto cultural en sí, se asimile de una manera interna y personal.

Desde una dimensión social, el Guitarvera supone para los participantes locales la contribución a dos aspectos fundamentales en este ámbito; el primero sería aquel que se da en la dimensión personal y que se une al aspecto de crear identidad, autoestima, reafirmación de valores, confianza en sus orígenes culturales y el segundo, sería aquel vinculado a la sociabilidad vista desde una perspectiva general, como un actividad que refuerza la cohesión social, creando una atmosfera de

bienestar y de participación que refuerza el sentimiento de comunidad y que refuerza el desarrollo de los valores cívicos.

Para poder analizar los aspectos culturales y sociales del festival, y sin haber realizado un estudio exhaustivo de los mismos, pues este estudio estaba motivado en primer lugar por el impacto económico, se han recogido las opiniones de los visitantes de una manera general y por lo tanto se pueden hacer una serie de valoraciones que se han recogido en la pregunta 5 de la encuesta, en la que aparecen cuestiones cualitativas que se refieren a diferentes aspectos.

FIGURA 9: Valoraciones cualitativas de los visitantes



Fuente: Elaboración propia sobre los datos de la Encuesta al Visitante.

En dicha pregunta se pedía que los asistentes valoraran en una escala de 1 a 10 una serie de aspectos relacionados con el festival. Como se puede ver en la figura 9 todos los aspectos han recibido una estimación muy alta, ningún aspecto ha bajado del 8, pero un análisis más pormenorizado deja ver que existen 4 aspectos valorados alrededor del 9 y 3 por debajo.

En concreto los aspectos más valorados tienen que ver con aspectos socio-culturales. La valoración más alta se relaciona con la acogida, hospitalidad y el ambiente generado, lo que enlaza directamente con la sociabilidad ligada al aspecto festivo del evento. En segundo lugar, aparece con una valoración del 9,18 la imagen e interés del pueblo y comarca, lo que destaca que el afán de dar a conocer y proporcionar visibilidad al municipio como escaparate de la cultura popular se consigue. Villanueva de la Vera está declarada Conjunto Histórico Artístico desde hace décadas y la organización contribuye durante los días del festival a embellecer su casco antiguo y además pide a los vecinos que contribuyan de forma personal a decorar sus fachadas, calles y plazas. Así se consigue que el espacio público sea, por un lado, el verdadero eje vertebrador, el equipamiento o escenario donde la interacción y la sociabilidad se celebren, y por otro lado, se logra que dicho espacio se revitalice y se reinterprete.

La participación y cohesión de los asistentes recibe un 9,13, este aspecto se analizará a continuación de una forma más extensa y específica por considerarse un aspecto esencial y seña de identidad del festival. El cuarto aspecto mejor valorado tiene que ver directamente con la promoción, difusión y puesta en valor de la cultura popular recibiendo un 9,11. Villanueva de la Vera tiene un patrimonio cultural material

e inmaterial amplio que encuentra en la celebración del Guitarvera una manera de conservarlo, mostrarlo y transformarlo.

Los aspectos valorados por debajo de 9, se relacionan directamente con cuestiones que tienen que ver con la programación y la organización del festival con un 8,77, seguido de las repercusiones sobre la atracción del turismo y su relación con la economía local valorado con un 8,68, aunque después de ver el estudio de impacto económico, este aspecto resulta ser especialmente relevante y significativo frente a la opinión de los visitantes. El aspecto menos valorado, con un 8,52 se relaciona con aspectos que tienen que ver con la información, comunicación y señalización del festival y de sus actividades. Resulta importante como muchos visitantes manifiestan falta de puntos de información, señalización, que el programa de mano es poco operativo y visual...este tipo de información es relevante desde un punto de vista organizativo interno del festival y se debería tener en cuenta para mejorar y rediseñar estos aspectos en siguientes ediciones.

En resumen, los visitantes ponen en valor y destacan el impacto cultural y social del festival frente a aspectos de índole turística-económica y aspectos organizativos, programativos y de comunicación.

CUADRO 6: Temática anual y conferenciantes

AÑO	TEMA DE REFLEXIÓN	CONFERENCIANTES
2.002	La cultura popular	
2.003	El vino	Sebastián Celestino Pérez, José Luis Blanco Fernández, Asunción Martín Bañón y Eduardo Sánchez Moreno.
2.004	El mundo del cabrero	Eduardo Sánchez Moreno, Fernando Flores del Manzano, Julio Grande Ibarra, Fernando Vaquero.
2.005	El mundo infantil	Consolación González Casarrubias, Fulgencio Castañar
2.006	Las colmenas y colmeneros	Pilar Fernández Uriel, Gerardo Pérez González
2.007	La arquitectura popular	Mª Pía Timón Tiemblo, Félix Benito Martín, Antonio J. Campesino Fernández
2.008	Las bodas y casamientos	Daniel Peces Ayuso
2.009	El agua	Eduardo Alvarado, Vicente Timón Salinero
2.010	La música popular	Antonio Gázquez Ortiz, Enrique Cordero.
2.011	El fuego	Paz Gómez Fernández
2.012	Los caminos	Fulgencio Castañar, Eduardo Sánchez Moreno.
2.013	La costura y los bordados	Daniel Peces Ayuso
2.014	Los molinos y lagares	Fernando Colmenarejo
2.015	Los portales	Abelardo Sánchez
2.016	Los dulces y la repostería	Fernando Rabazo y Jesús Fraguas
2.017	El pantano (Rosarito)	Raúl Rincón Álvarez

Fuente: Elaboración propia.

Cada año la organización elige un tema sobre el que trabajar, este año ha sido la Presa del Rosarito y como su construcción significó un cambio de modelo productivo y de infraestructuras que modificaron el mapa de municipio y sus alrededores. Como se puede observar en el cuadro 6 los temas elegidos de cada año enfatizan varios elementos del patrimonio cultural y natural del municipio y de la misma manera, la organización trata de unir la temática elegida con elementos que tienen que ver con la

didáctica, la formación, la investigación académica del tema, a través de conferencias, presentación de investigaciones y publicaciones por parte de personas vinculadas al tema que se elija.

El tema elegido aparece como eje vertebrador durante todas las actividades del fin de semana: exposición, rutas senderista, paseo histórico musical...

La temática varía cada año, pero el elemento patrimonial musical es constante en todas sus ediciones, Villanueva de la Vera tiene una arraigada cultura musical vinculada a tradiciones, costumbres, fiestas...que se mantiene viva gracias a la labor de sus diversos grupos folklóricos que posibilitan un marco de recuperación, puesta en valor y difusión de la misma.

La música se manifiesta como eje que estructura las relaciones sociales en el espacio público, creando identidad y cohesión a través de la participación en ella. El festival, a través de su trayectoria, ha propiciado la aparición o reconfiguración de grupos folklóricos de la comarca, de la misma manera, ha facilitado la recuperación de viejos instrumentos, los repertorios de letras se han aumentado y se han revitalizado a través de la recuperación del patrimonio oral musical de los mayores, realizando grabaciones de letras y composiciones que amenazaban con desaparecer. La cultura musical popular se promociona a través de actividades como el taller de danza y música para niños que se celebra el sábado y otro taller que este año no se ha realizado pero en las demás ediciones si, "Cantar para recordar" dónde los mayores de la residencia de ancianos de la localidad muestran su patrimonio musical oral.

La participación ciudadana al igual que la música es un término que estructura todo el festival y trata de fomentarse en diversas facetas del festival como ha continuación trato de reflejar. La colaboración se manifiesta especialmente en la implicación que muchos habitantes del municipio tienen con el festival (voluntariado, colaboración con recursos, apoyo humano y de infraestructuras...) mediante esta relación colaborativa se desarrollan dos aspectos: los habitantes participan de la vida cultural al involucrase en esta iniciativa y por otro lado, la propia acción cultural del festival, activa, genera nuevas sociabilidades, fomentando la cohesión y la integración.

Como se puede observar en el cuadro 7, de una manera u otra, con mayor o menor implicación en función de su disponibilidad, el número de personas que colaboran, facilitan, promueven y crean el festival, más allá de los organizadores reales es de 161.

CUADRO 7: Colaboradores y voluntarios en la edición de 2017

Miembros de la organización	28
Escuela de Turismo	18
Voluntarios preparar merchandising	10
Voluntarios/ camareros barra de la organización	20
Voluntarios montaje exposición y decoraciones	14
Voluntarios acomodadores	5
Voluntarios músicos, interpretes no remunerados (Grupo el Madroñal y Chulumi)	39
Colaboradores establecimientos de comercio y otros sectores	10
Colaboradores venta merchandising	41
Otros colaboradores	4
TOTAL COLABORADORES	189

Fuente: Elaboración propia.

De igual manera, la determinación de la temática anual lleva en su ADN la idea de la participación ciudadana, los temas elegidos intentan tener una vinculación directa con un colectivo concreto de personas de la población o del área. Buscar esa cercanía temática implica una doble dimensión, por un lado, mayor impacto y participación civil porque ese colectivo se siente reconocido, revalorizado y se implica directamente dando lugar a mayores relaciones sociales y por otro lado, a la propia organización le facilita mucho su labor, pues esa colaboración resuelve cuestiones prácticas y funcionales como pueden ser la organización y montaje de la exposición del domingo que ilustra el tema elegido.

CUADRO 8: Número de participantes en cada actividad

DIAS	ACTIVIDADES	NÚMERO ASISTENTES POR ACTIVIDAD
VIERNES 21	Conferencia y presentación de la ruta senderista	243
SÁBADO 22	Ruta senderista	647
	Taller para niños y padres	82
	Pregón del festival. Presentación.	372
	Concierto actuación carpa	258
DOMINGO 23	Paseo histórico	610
	Ruta grupos musicales: participantes profesionales	268
	Ruta grupos musicales (estimación aproximada realizada por la organización y protección civil)	1.000

Fuente: Elaboración propia.

La participación también se ve reforzada mediante la relación que se trata de establecer entre público visitante y las distintas actividades que se celebran a lo largo del fin de semana. Para ello, la música que aparece constantemente, tiene como objetivo tratar de romper la relación estática-pasiva, intérprete y público, y establecer una dinámica más fluida, más vinculada a la intervención del espectador en el propio proceso de generación de música popular mediante varias modalidades de participación. Este objetivo se trata de conseguir con varias iniciativas que se detallan a continuación:

- En el circuito musical del domingo, normalmente son 12 grupos los que ocupan diferentes espacios del casco histórico, se deja espacio y también se da lugar a que grupos musicales de espontáneos surjan y creen música fuera del programa predeterminado.
- En el paseo histórico-musical del domingo, se trata de implicar espontáneamente a los visitantes mediante la entrega a los mismos de una fotocopia de la letra de las canciones que se interpretarán en él, para que estos puedan acompañar el recorrido histórico del paso participando con su voz en el coro general que normalmente se establece.
- Los talleres que tienen que ver con la difusión de la cultura popular vinculada a los niños, para enlazar cultura-formación-educación y a los mayores, uniendo recuperación del patrimonio oral y la memoria colectiva, son otras de las estrategias con las que el Guitarvera trata de implicar y hacer participar al mayor número de personas posibles, tratando de abrir el abanico de edades del público.

Por último, me gustaría destacar que el espacio público, en el cual tienen lugar la mayor parte de las actividades participativas, se redefine, se reconstruye. Existe una clara intención por parte de los organizadores del festival de recuperar el espacio público para el uso y disfrute de la ciudadanía y es en esta necesidad donde se hace patente que la sociedad civil quiere participar y crear su propia realidad cultural.

CONCLUSIONES

Una vez mostrados los resultados de la investigación, me gustaría volver a la pregunta de investigación inicial, ésta quería conocer cuales eran los impactos que se vinculaban a la celebración del Guitarvera de Villanueva de la Vera. Con la investigación se ha hecho evidente que el festival tiene importantes repercusiones dentro de lo económico, turístico, social y cultural en el municipio y su área.

El Guitarvera no ha nacido como una estrategia planificada desde lo público para proporcionar desarrollo y crecimiento al municipio a través de la cultura. No ha sido diseñado para utilizar la cultura como instrumento que facilite el progreso económico, como ha sido la tendencia en las últimas décadas en la creación de los festivales. Por el contrario, la naturaleza de sus orígenes tiene una fuerte matriz social y cultural, sin más pretensiones que tratar de mostrar, dar conocer, revalorizar y hacer participar a los participantes en la cultura popular vinculada directamente al patrimonio tangible e intangible de una forma completamente gratuita para el público asistente, ya que todas las actividades que se organizan durante el fin de semana del festival no se cobran.

Resulta evidente constatar, que el apoyo y fomento de la cultura popular a través de las diferentes ediciones del festival, no solo ha tenido un impacto social y cultural, sino que también ha ofrecido un fuerte empuje y dinamismo para ciertos sectores de la economía local creando efectos y flujos secundarios que vienen a reafirmar la hipótesis que se planteaba en esta investigación y que por lo tanto, corrobora que la cultura tiene un potencial productivo y dinamizador que se relaciona directamente con el crecimiento económico de Villanueva de la Vera de una manera clara.

La promoción de la cultura popular a través del apoyo al Guitarvera tiene un gran poder de atracción y creación de gasto pues genera rentas e ingresos que se dispersan por la economía local, de igual manera, favorece la creación de empleo y de una forma muy concreta contribuye a mejorar la imagen y la visibilidad del municipio en lo que tiene que ver con la vertiente de atracción turística del mismo. El festival es muy barato si analizamos el presupuesto con el que se organiza y lo ponemos en relación con las repercusiones económicas que tiene sobre la economía local y de su área y si lo comparamos con los presupuestos de los que disponen eventos culturales parecidos. Es importante señalar que el 71% del presupuesto del festival se queda en la localidad o su área de influencia.

Mediante el uso de la metodología de los "Inscope Expenditure Studies" he calculado el impacto económico del Guitarvera a través de la estimación de los efectos directos e indirectos. Así, el festival en su edición de 2017 generó unos ingresos en la economía local de 225.523 Euros, dentro de esta valoración solo se ha tenido en cuenta el gasto de los visitantes externos y dentro de estos se ha valorado únicamente los datos de los que acudieron al festival como motivo principal de su paso por el municipio. Si se hubiera calculado el impacto inducido del festival, que como se ha explicado anteriormente no se ha estimado por falta de datos económicos actualizados, el volumen total del impacto habría resultado una cifra mayor.

Los gastos de los visitantes se han repartido por la economía local y de una forma específica, se observa que el sector hotelero es el gran beneficiado (especialmente la parte de manutención y en menor medida la de alojamiento) de igual manera, el sector comercial es el segundo gran beneficiado (compras varias centradas en la adquisición de productos locales vinculados a la gastronomía).

Tras el análisis de los datos, se hace evidente la relación entre las repercusiones económicas y el turismo, entendido este como canal de transmisión y visibilidad del festival. El municipio está situado en una zona que es una plaza turística tradicional de turismo rural y vacacional. Dentro de sus recursos turísticos, destacan su patrimonio histórico y artístico, y en especial su patrimonio natural. El Guitarvera incorpora dos nuevos recursos turísticos a los ya señalados; por un lado pone en valor el patrimonio tangible pero de igual forma el intangible y por otro lado, el recurso de la creación de un evento cultural.

Desde una perspectiva de la capacidad de atracción de tipologías de turista, podríamos afirmar que el perfil concreto que acude al festival sería el de un turista mayoritariamente local y del área circundante, de edad madura, al que le gusta la cultura popular y el folklore, con una relación tanto espacial como emocional con Villanueva de la Vera, es por lo tanto un sector muy específico y concreto. Como han mostrado los resultados, la capacidad de atracción turística cultural del festival no es tan relevante como podría esperarse, en el sentido de que la mayor parte del turismo atraído tiene vinculación con la población y está muy fidelizado como demuestran los resultados y realmente el turista cultural externo es escaso. Esta afirmación se respalda no solo por el análisis del perfil del visitante, sino también por las opiniones de los mismos con respecto a algunas valoraciones, el aspecto de atracción del turismo es el penúltimo pero valorado dentro de los 7 planteados. Este resultado no menoscaba la afirmación de que el turismo y festivales, son un binomio que puede funcionar muy bien, alimentándose mutuamente si parten de estrategias bien diseñadas y planificadas, en las que los dos conceptos respondan a una evolución sostenible.

De la misma manera, observando otras valoraciones de los visitantes, se puede afirmar que las respuestas que están relacionadas con el aspecto cultural y social y sus impactos o repercusiones son las que obtienen mayor puntuación. Si analizamos los objetivos iniciales de la organización que creo Guitarvera, vemos como su intencionalidad estaba dirigida a la configuración de un evento fundamentalmente cultural, que contribuyera en su aspecto más lúdico a mejorar la calidad de vida y tiempo de ocio, que fomentara desde la sociabilidad la participación ciudadana y la mejora de la cohesión social y de la identidad.

Un primer enfoque de mi investigación dio prioridad al impacto económico, que como se demuestra no es nada desdeñable, pero los resultados del trabajo me han hecho reconsiderar el lugar que ocupan los impactos sociales y culturales del festival, llegando a la conclusión que estos últimos son tan importantes como los económicos y en cierta manera, reflejan la singularidad y la capacidad de diferenciación del Guitarvera con respecto a otros festivales similares. Un factor diferenciador es que la participación ciudadana estructura la propia organización interna del festival.

El festival es fundamental a la hora de diversificar y ampliar la oferta cultural del municipio, además de contribuir a la creación de nuevos públicos que aprecien y se acerquen de una manera muy didáctica y educativa a la cultura popular. El Guitarvera se ha convertido en un evento imprescindible en la programación de la política cultural del municipio, esta opinión se confirma con las rotundas afirmaciones con que los concejales de cultura y turismo de la localidad lo certifican.

Las relaciones entre organización del festival y ayuntamiento en cuanto a diferentes intereses se refiere, no están exentas de tensiones, pero la comunicación y el dialogo ha propiciado que la política cultural municipal mediante esta relación se enfoque hacia un paradigma mas facilitador que dirigista y de la misma manera ha propiciado que la iniciativa pública se vea forzado a dar un paso atrás en esta actividad y de esta manera deje que la sociedad civil se manifieste y ocupe ese espacio. Guitarvera ha conseguido que una iniciativa civil se establezca firmemente en el calendario cultural municipal.

De esta manera, el concepto de participación que se vincula al festival tiene dos vertientes claras; la primera, es la que tiene que ver con su implicación en la creación y desarrollo de políticas culturales, la segunda, la que tiene que ver con la implicación de la ciudadanía en la vida social común, asistencia a prácticas culturales cotidianas, actuar activamente en la vida cultural ciudadana, en el asociacionismo, en el voluntariado... Las dos vertientes de la participación están intrínsecamente unidas y se retroalimentan, en un estado de simbiosis, a mayor participación en la vida activa cultural mayor es la capacidad para influir en el diseño y desarrollo de la política cultural del municipio.

La participación ciudadana es el mejor arma para revitalizar la cultural local popular, dignificarla y sobretodo transformarla, mezclarla. Conocer la identidad y la herencia de la cultura popular de Villanueva y su comarca, al igual que los recursos artísticos y patrimoniales vinculados a su evolución histórica son determinantes para el mantenimiento y crecimiento del capital cultural de los habitantes y visitantes del Guitarvera.

Por lo que se refiere al contexto donde aparece el festival, se puede afirmar que en este sentido es determinante, la comarca de la Vera, del Norte de Extremadura, tiene importantes fiestas, tradiciones y rituales en la que música tradicional tiene un papel fundamental, las identidades colectivas de los habitantes se articulan alrededor del folklore y de la tradición por lo tanto la aparición del Guitarvera se da en un contexto adecuado, posibilitador y predestinado a la creación de un festival que se centre en la cultura popular y que utiliza el espacio público del municipio como gran equipamiento cultural.

En definitiva, el consumo y la participación cultural en el Guitarvera contribuyen directamente al crecimiento de la sociabilidad y el bienestar de sus participantes de una manera clara y evidente y de la misma manera, contribuyen al crecimiento y desarrollo de la economía local.

BIBLIOGRAFÍA

- Bianchini, F., y Parkinson, M. (1994). *Cultural Policy and Urban Regeneration. The West European Experience*, Manchester, Manchester University Press.
- Castañar Pérez, J. (2016). "Guitarvera, algo más que un festival, un encuentro". En Gómez-Ullate, M., Barrios, P. & Gómez, J (Coords y eds). En actas de I Congreso Internacional de Turismo musical y festivales. (pp.18-28). Cáceres: Universidad de Extremadura.
- Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (2004). *Agenda 21 de la cultura. Un compromiso de las ciudades y los gobiernos locales para el desarrollo cultural* (documento en línea) Barcelona: CGLU.
- Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (2015). *Cultura 21: Acciones. Compromisos sobre el papel de la cultura en las ciudades sostenibles* (documento en línea). Barcelona: CGLU.
- Comisión de cultura de la FEMP. Varios Autores. (2009). *Guía para la evaluación de las políticas culturales locales*. Madrid: Federación española de municipios y provincias, FEMP.
- Devesa Fernández, M. (2006). *El impacto económico de los festivales culturales. El caso de la Semana Internacional de Cine de Valladolid*. Madrid: Fundación Autor.
- Devesa, M., Herrero, L. C. & Sanz, J. A. (2009). "Análisis económico de la demanda de un festival cultural". *Estudios de Economía Aplicada*, 27-1, (pp.137-158). En <http://giec.blogs.uva.es/files/2012/02/eeadevesaherrerrosanz2009.pdf>
- Devesa, M., Báez, A., Figueroa, V. & Herrero, L. C. (2012). "Repercusiones económicas y sociales de los festivales: el caso del Festival Internacional de Cine de Valdivia". *EURE (Santiago)*, 38 (115), (pp.95-115). En <http://www.scielo.cl/pdf/eure/v38n115/art05.pdf>.
- Eswards, D., Foley, C., Dwyer, L., Schlenker, K. & Hergesell, A. (2014). "Evaluating the economic contribution of a large indoor entertainment venue: an inscope expenditure study". *Event Management*, 18, (pp. 407-420). DOI: 10.3727/152599514X14143427352076.
- González, A., Ramírez, J. (2008) "Impacto económico del XI Festival de Flamenco de Jerez". Diputación de Cádiz, Cuadernos de Investigación Vigía, 5. En: http://www.dipucadiz.es/export/sites/default/publicaciones/documentos_pdf/CV5_impacto_econxmico_del_xi_festival_de_flamenco_de_jerez.pdf
- Hawkes, J. (2001). *The Fourth Pillar of Sustainability. Culture's essential role in public planning*. Melbourne: Cultural Development Network, 2001.
- Herrero, L. C., Sanz, J. A., Bedate, A., Devesa, M. & Del Barrio, M. J. (2004). *Turismo cultural e impacto económico de Salamanca 2002, Ciudad europea de la cultura*. Madrid: Civitas.
- Herrero Prieto, L. C. (2011). "La contribución de la cultura y las artes al desarrollo económico regional". *Investigaciones Regionales*, 19, (pp.177-202). En <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=28918214010>.

- Linde, Paniagua, E. (1996). *La cultura en cifras*. Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia.
- Moscardo, G. (2008). "Analyzing the role of festivals and events in regional development". *Event Management*, 11(1-2), (pp. 23-32).
- Pascual i Ruiz, J.; Dragojevic, S.; Dietachmair, P. (2007). *Guía para la participación ciudadana en el desarrollo de políticas culturales locales para ciudades europeas* (documento en línea) Bucarest: Interarts / ECUMEST / Fundación Europea de la Cultura.
- Quinn, B. (2005). "Arts festivals and the city". *Urban Studies*, 42(5/6), (pp.927-943). DOI: 10.1080/00420980500107250
- Richards, G. & Palmer, R. (2010). *Eventful cities*. Cultural management and urban revitalisation. Oxford: Elsevier.
- Richards, G. (2007). "The festivalization of society or the socialization of festivals? The case of Catalunya". En G. Richards (Ed.), *Cultural tourism: Global and local perspectives* (pp. 257-279). Binghampton: Haworth Hospitality Press.
- Rolfe, H. (1992). *Arts Festivals in the U.K.* Policy Studies Institute, London.
- Roselló Cerezuela, D. (2004). *Diseño y evaluación de proyectos culturales. De la idea a la acción*. Barcelona: Ariel.
- Scott, A. J. (2000). *The cultural economy of cities*. London: Sage.
- Smith, A (1976): *Investigación de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*, edición en español de 1974, reproducida en forma de facsímil por la Conserjería de Educación y Cultura de Junta de Castilla y León, Valladolid, 1996. También, traducción de Fondo de Cultura Económica, México, 1958.
- Throsby, D. (1999). "Cultural Capital", *Journal of Cultural Economics*, 23 (1-2), (pp. 3-12).
- Tríptico festival de cultura popular. Arce, Fernando. Organización de Guitarvera. Villanueva de la Vera, 2002.

WEBGRAFÍA

<http://atalayagestioncultural.es/capitulo/impacto-economico-cultura>.

<https://www.facebook.com/search/top/?q=guitarvera%202017>

<http://www.guitarvera.es/>

http://portal.unesco.org/culture/es/files/35197/11919413801mexico_sp.pdf/mexico_sp.pdf

ANEXO 1

ENCUESTA VISITANTE.

FECHA:

1. ¿Cómo ha conocido la existencia del festival y como accede a su información?

--

2. ¿Había visitado antes la comarca?.....

3. ¿Es la 1ª vez que acude al festival?.....

4. ¿Viene al festival por motivos? (puede señalar varios)

<input type="checkbox"/>	Turismo	<input type="checkbox"/>	Vacaciones y ocio	<input type="checkbox"/>	Culturales
<input type="checkbox"/>	Profesionales	<input type="checkbox"/>	Curiosidad	<input type="checkbox"/>	

5. Desde una perspectiva personal haga una valoración del festival: (señale, el 1 la menor valoración y el 10 la máxima)

Señalización, comunicación de Guitarvera.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Programa, organización del festival.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Promoción de la cultura popular.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Imagen e interés del pueblo y comarca.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Acogida, hospitalidad, ambiente generado.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Atracción del turismo y la economía local.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Participación y cohesión de los asistentes.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Observaciones y sugerencias										

6. ¿Viene usted acompañado por?

Solo	En pareja	En familia	Con amigos	Grupo organizado
------	-----------	------------	------------	------------------	-------

7. ¿Cuánto tiempo tiene pensado pasar en el Festival?

Una noche	Dos noches	Durante el día	Horas
-----------	------------	----------------	-------	-------

8. ¿Qué tipo de alojamiento ha elegido?

Hotel	Hostal o pensión	Casa o apartamento rural	Camping
Casa de amigos o familiares		Otros alojamientos	

9. ¿Qué presupuesto de gasto diario tiene en estos conceptos?

	Menos de 25 Euros	Entre 25 y 50 Euros	Entre 50 y 75 Euros	Entre 75 y 100 Euros	Más de 100 Euros
Alojamiento					
Comida, bebida, ocio...					
Otras compras					

10. ¿Sexo? Hombre/Mujer ¿Qué edad tiene usted?..... ¿Profesión?.....

¿Cuál es su nivel de estudios?.....

¿Cuál es su lugar de procedencia?.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN, SU OPINIÓN ES IMPORTANTE

ANEXO 2

ENTREVISTA REPRESENTANTES DEL AYUNTAMIENTO (Concejales de cultura y festejos).

-Desde un perspectiva de evolución de las relaciones entre organización del festival y el ayuntamiento, ¿Podría hacer una pequeña reflexión de cual ha sido la relación a lo largo de estos 15 años? Anteriores alcaldes y concejales.

-Guitarvera no responde una idea que naciera directamente de la administración publica como la mayoría de los festivales que existen que se promueven desde las políticas de desarrollo de los gobiernos, al contrario, nace de una iniciativa civil con una vocación de autonomía e independencia, ¿Cómo se conjugan el marcado carácter de independencia del festival y los intereses públicos de ayuntamiento y mancomunidad, diputación...?

-¿Por qué cree que el festival ha tenido tanto éxito y repercusión en cuanto a su desarrollo y evolución?

-¿Cómo entiende el ayuntamiento el Guitarvera desde una perspectiva de evento cultural?

-¿Guitarvera está asimilado y es fundamental y primordial en la programación cultural anual del municipio?

-¿Cual es la posición actual del ayuntamiento frente a la continuidad y celebración del Guitarvera?

-¿Qué apoyos y con qué recursos apoya el ayuntamiento al festival Guitarvera? ¿Cómo se consiguen? ¿Hay presupuesto específico en cultura para Guitarvera? Desde festejos, ¿existe una partida concreta?

-Desde el ayuntamiento además de la dimensión cultural de difusión y promoción del patrimonio material e inmaterial, ¿qué otras repercusiones cree que supone la celebración del Guitarvera para el municipio?

-Viendo la evolución del Guitarvera, Festival con una clara naturaleza cultural. ¿Piensa que la cultura en términos de prioridades políticas debe seguir teniendo un papel secundario o por el contrario se debe promover y estructurar a nivel de otras políticas municipales como la de deporte, empleo...?

-Desde una perspectiva municipal, ¿Existen tensiones, problemáticas, confrontaciones entre ayuntamiento y organización que se repitan en cada edición? ¿Cómo consideran que se podrían mejorar y superar estas situaciones?

ANEXO 3

ENTREVISTA DISCUSIÓN DE GRUPO DEL SECTOR DE LA RESTAURACIÓN Y LA HOSTELERÍA

- ¿Qué representa el festival Guitarvera desde un punto de vista empresarial?

- ¿Qué le parece la fecha en la que normalmente se celebra?

- ¿En qué medida aumenta su nivel de ingresos debidos al festival?

- En tantos por cientos ¿Cuánto aumenta sus ingresos con respecto a un fin de semana normal?

- Comparando el Guitarvera, desde un punto de vista de negocio ¿Con qué otras celebraciones o eventos de aumento de demanda y afluencia de público compararía el festival?

- ¿Es necesario contratar y aumentar la plantilla para poder cubrir la demanda de ese fin de semana?

- Desde un punto de vista de evolución y crecimiento del festival ¿Qué le ha parecido su desarrollo a través de los años de su existencia y su situación actual?

- ¿Colabora usted con la organización del festival y como intenta favorecer su continuidad?

- ¿Si el festival desapareciera por falta de recursos económicos, en que medida estaría dispuesto a apoyar económicamente su continuidad?

- ¿Considera qué el apoyo que le ofrecen las instituciones públicas es el adecuado?

- ¿Considera qué desde el sector privado se podría dar un mayor apoyo al festival?

- Señale con respecto al festival aspectos relacionados con estos conceptos:
 - Fortaleza interna y debilidad interna del festival.
 - Amenaza externa y oportunidad externa del festival.