

APROXIMACIÓN A LOS EFECTOS ECONÓMICOS DE LOS FESTIVALES MUSICALES DE COLOMBIA

Recibido: 3 noviembre 2021 Aprobado: 25 agosto 2022*

JEYMI LISETH RONCANCIO-CRUZ

Universitaria Agustiniana

Bogotá, Colombia

jeymi.roncancioc@uniagustiniana.edu.co

ANDREA CAROLINA REDONDO-MÉNDEZ

Universitaria Agustiniana

Bogotá, Colombia

andrea.redondo@uniagustiniana.edu.co

CARLOS ANDRÉS PINZÓN-MUÑOZ

Universitaria Agustiniana

Bogotá, Colombia

carlos.pinzonm@uniagustiniana.edu.co

OSWALDO OSPINA-MARTÍNEZ

Universitaria Agustiniana

Bogotá, Colombia

oswaldo.ospinam@uniagustiniana.edu.co

Resumen

El objetivo de esta investigación es analizar los tipos de efectos económicos de los festivales musicales de Colombia y su posible influencia en el desarrollo, debido a que proveen servicios culturales y espacios generadores de desarrollo económico. Se utilizó una metodología cualitativa, usando fuentes secundarias para la descripción y

conocimiento del fenómeno, en donde se logró reconocer la estructura interna del funcionamiento de un festival musical y de sus efectos internos y externos; el alcance de la investigación es analítico-descriptivo con método explicativo-exploratorio, en tanto se trata de un acercamiento a uno de los subsectores culturales que mayores rendimientos económicos manifiesta y vincula a la totalidad de la población. Como



principal hallazgo se encontró que los festivales musicales tienen una influencia favorable en el Producto Interno Bruto, en el fortalecimiento de la inclusión social y en la población civil con efectos directos, indirectos e inducidos, siendo parte fundamental para el desarrollo económico del país. Así, la diversidad cultural y el patrimonio de Colombia en términos identitarios, se convierte en una herramienta para la internacionalización del talento humano, el reconocimiento social del territorio y la generación directa de empleos desde el sector musical, siendo representante efectivo de las industrias culturales y creativas del país.

Palabras clave: industrias creativas, industrias culturales, festivales musicales, desarrollo económico.

Abstract

The aim of this research is to analyze the types of economic effects of musical festivals in Colombia and their possible influence on development, because they provide cultural services and spaces for economic development. A qualitative methodology was

used with secondary sources for the description and knowledge of the phenomenon, in which the internal structure of the functioning of a music festival and its internal and external effects were recognized; The reach of the research is analytic-descriptive with explanatory-exploratory method, in that it is an approach to one of the cultural subsectors that shows greater economic returns and links to the entire population. As the main finding was found that music festivals have a favorable influence on the Gross Domestic Product, on the strengthening of social inclusion and on the civilian population with direct, indirect and induced effects, being an essential part of the country's economic development. Thus, the cultural diversity and heritage of Colombia in terms of identity becomes a tool for the internationalization of human talent, the social recognition of the territory and the direct generation of jobs from the music sector, being an effective representative of the country's cultural and creative industries.

Keywords: creative industries, music festivals, economic development.

INTRODUCCIÓN

Las industrias culturales y creativas comprenden sectores que combinan tanto herencias patrimoniales como tecnologías y contenidos digitales contemporáneos, lo que supone una configuración social y económica importante que trae diversas formas de producción y resultados numerosos para el desarrollo de un país,

...presentan un creciente segmento de la economía que abarca una amplia gama de actividades, como la arquitectura, medios electrónicos, el cine, la edición, la música, el arte, la fotografía, el patrimonio, la publicidad, el diseño y los juegos de ordenador. Muchos países

utilizan las industrias creativas y culturales para estimular el desarrollo económico y fortalecer la competitividad (Pudic, 2016, p. 696).

El sector musical cuenta con un portafolio extenso de actividades que lo conforman, es por esto que explorar el aporte e influencia que los festivales musicales han tenido, como parte de este tipo de industrias, permite una aproximación a su innumerable potencial. En cuanto a su naturaleza económica, son pocos los sectores económicos que inciden tanto en el desarrollo social, local, educativo, comunitario, en la innovación, la cohesión social, la identidad, la internacionalización y la celebración de la diversidad (Redondo, 2018) y específicamente hablar de festivales musicales es hablar de crecimiento en la economía de un país.

El objetivo de esta investigación es analizar los tipos de efectos económicos que tienen los festivales musicales en Colombia, a partir del reconocimiento de las estructuras internas de los mismos, de la vinculación de los actores primarios y secundarios y a través de la representación económica que refleja un festival musical desde su planeación hasta su realización. Con este fin se utiliza una metodología de tipo cualitativo – descriptivo, que se basa en un método documental al revisar fuentes secundarias de tipo oficial, se utiliza el reconocimiento de los festivales musicales en Colombia por medio de métodos explicativos y de tipo exploratorio mediante las fuentes consultadas.

Finalmente, se debe tener en cuenta de que se trata de una temática que se encuentra en etapa exploratoria en la medida en que presenta resultados derivados de proyectos de investigación que pretenden el fortalecimiento de un sector en crecimiento y en transformación, que abarca espacios diversos y cuyo estudio “ha representado a nivel global la necesidad de materializar su funcionalidad y su reconocimiento como área interdisciplinar relevante para el desarrollo de un Estado” (Rodríguez-Romero, L. D., y Ospina-Martínez, O., 2021, p.7).

Este artículo presenta, en primer lugar, un análisis teórico a partir de categorías analíticas relacionadas con las industrias culturales y creativas desde su aporte económico; en segundo lugar, plantea de manera detallada la metodología utilizada para dar cumplimiento con el objetivo presentado; en tercer lugar, presenta los resultados de la investigación de manera general a particular, demostrando la funcionalidad para el desarrollo económico de los mismos; en cuarto

lugar expone una discusión basada en los elementos teóricos presentados y desde la aplicación de los resultados en un caso real; finalmente desarrolla unas conclusiones que permitirán un mayor entendimiento del problema investigativo y una apertura a nuevas investigaciones en este campo.

MARCO TEÓRICO

Para esta investigación se utilizaron dos categorías de análisis que permitieron el correcto desarrollo del tema y su análisis dentro del contexto colombiano, a saber, los ‘círculos concéntricos’ y la ‘economía creativa’, cada uno de ellos tomando como referentes teorías validadas y específicas que lograron un mayor acercamiento y análisis del tema.

CÍRCULOS CONCÉNTRICOS SEGÚN THROSBY

La teoría de los Círculos Concéntricos de David Throsby (2008) plantea una división de las industrias culturales y creativas con el fin de adecuarlas a la realidad de su contexto, mercado local y cultura. El modelo propone que la fuente de las ideas creativas se origina en el núcleo de las artes de maneras como el sonido, texto e imagen y estas se difunden y se expanden hacia fuera a través de los círculos concéntricos, donde entre más alejado del centro se encuentra, disminuye la proporción cultural; y las clasifica de la siguiente manera:

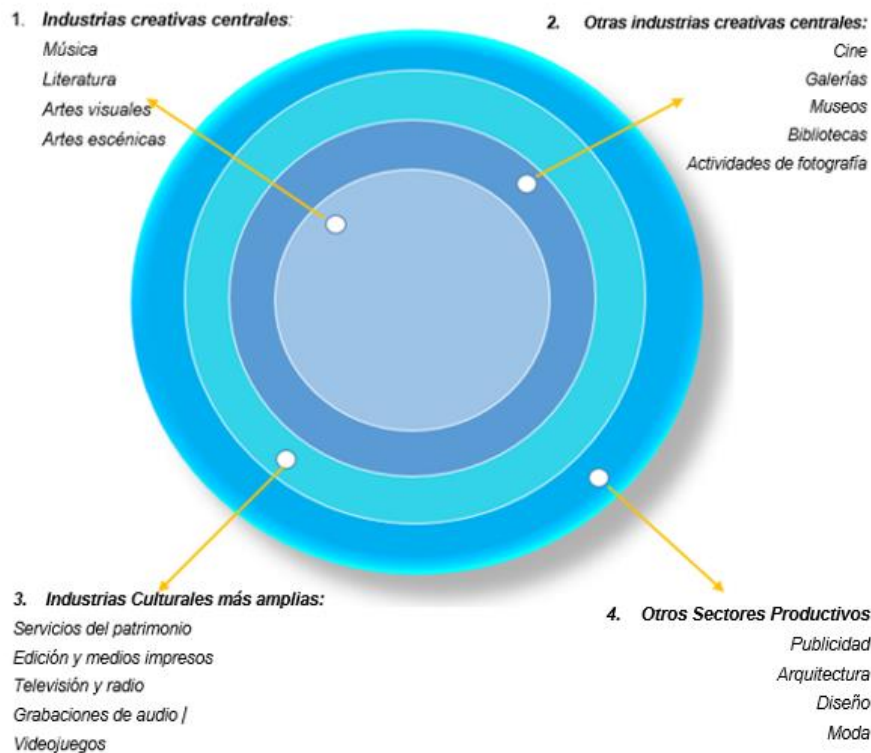
- Industrias creativas centrales (donde se encuentra la música, la literatura, las artes visuales y las artes escénicas)
- Otras industrias creativas centrales (donde se encuentra el cine, las galerías, los museos, las bibliotecas y las actividades de fotografía)
- Industrias Culturales más amplias (dentro de las que estarían los servicios del patrimonio, edición y medios impresos, televisión y radio, grabaciones de audio y videojuegos)
- Otros Sectores Productivos (donde se encuentra la publicidad, arquitectura, diseño y moda) (Throsby, 2008).

Cada uno de estos grupos presenta características similares entre ellos y complementarios entre grupos, en donde las ideas creativas se originan en el núcleo de las artes creativas (música, literatura

y artes visuales) y estas ideas e influencias se hacen difusas a medida que se alejan del centro a través de una serie de capas o círculos concéntricos (UNCTAD, 2012).

Figura 1

Teoría de Círculos Concéntricos por David Throsby.



Fuente: Elaboración propia (2021), con base en Throsby, 2008.

El sector central, evidenciado en la Figura 1, es el componente fundamental para la existencia y manifestación de los círculos exteriores. De esta manera, la música pertenece al círculo interior, estableciéndose como parte importante de la creación y la base para las demás, por lo tanto, es uno de los sectores originarios de la parte cultural y creativa de estas industrias, permitiendo la mezcla criterios de identidad y comercialización.

Así se sitúa útilmente la noción de “valor expresivo” en el centro. Esto incluye varios elementos, entre los que se encuentran valores estéticos, sociales, espirituales, históricos, simbólicos y de autenticidad. El modelo establece una distinción entre las industrias culturales y creativas, y las sitúa a ambas dentro de la economía como un todo (University of Lancaster, 2010).

ECONOMÍA CREATIVA SEGÚN HOWKINS

Jhon Howkins (2019), padre de la economía creativa, califica este tipo de economía como la nueva forma de pensar y hacer negocios por medio del talento o habilidades individuales, denominando a la creatividad como el valor agregado, transformándola de manera novedosa y centrando el arte, la cultura e impulsando la innovación. Así, la creatividad es el uso de ideas nuevas con valor empresarial modificando los modelos de negocios, adaptándolos a las necesidades actuales y, a su vez, monetizándolos.

Igualmente, se plantea que un país que se aleje de la creatividad será sin duda menos rico y perderá los múltiples beneficios como fuente de desarrollo económico que la economía creativa ofrece. En el caso colombiano, sugiere que el estimular esta economía, dará lugar al crecimiento económico y mejorará su posición competitiva a nivel mundial. Así, se evidencia la importancia y el nombramiento que las industrias creativas y culturales han tenido en los últimos años y cómo estas han permitido el desarrollo económico de los países, en tanto, si existen mayores niveles de arte y cultura, la creatividad y la innovación aumentarán propiciando nuevos mercados ajustados a las necesidades actuales, revitalizando a todas las industrias.

METODOLOGÍA

El diseño metodológico utilizado fue de tipo documental - cualitativo en tanto acude a la revisión, entendimiento y análisis de información y, en tanto, recogió, inicialmente, los aportes teóricos principales frente a las industrias culturales y creativas para explicar el fenómeno estudiado. El alcance fue analítico – descriptivo debido a la utilización de las variables, a saber, reconocimiento social, asistencia a los festivales, contribución e ingresos que generan a nivel local y nacional, propiedades o características que acogen este fenómeno.

El método utilizado fue de tipo exploratorio y explicativo, en la medida en que se realizó un acercamiento al tema, que es poco estudiado desde perspectivas económicas y se logró una dilucidación del relacionamiento entre la cultura y la economía hasta llegar al acercamiento a los efectos directo, indirecto e inducido de las prácticas culturales que representan estos festivales.

La investigación se dividió en dos fases con el fin de cumplir con el objetivo de la misma, así, la primera fase, con diseño documental y cualitativo recogió los principales aportes que desde el marco teórico se dieron sobre el sector cultural, así, realizando la revisión de documentos digitales, textuales y públicos que permitieron una base conceptual y contextual efectiva para el reconocimiento de los festivales musicales como actividad económica y cultural relevante en Colombia. El tipo de documentos analizados respondió a una categoría historiográfica y oficial debido a que presentaron visiones estructuradas del origen y funcionamiento del tema estudiado.

El análisis de los documentos y de las estructuras seleccionadas respondió a explicaciones literales oficiales, pero con métodos lógicos para lograr un entendimiento y un relacionamiento de las categorías planteadas. Se utilizó una fase de pensamiento crítico y constructivo que permitió plasmar los efectos económicos de los festivales musicales de Colombia.

La segunda fase, permitió responder al cuestionamiento inicial sobre identificar la incidencia de los festivales musicales en el crecimiento económico a través del análisis de uno de los más representativos en Colombia; para la selección de la muestra al ser una investigación de tipo cualitativo se tuvieron en cuenta la capacidad operativa de recolección y análisis con el fin de proporcionar información realista de la industria cultural.

De esta manera, la relación entre las dos fases metodológicas presentadas y utilizadas se fundamentó en la cercanía y vínculo que existe a través de su complementariedad y funcionalidad para el entendimiento del fenómeno estudiado y al presentar y representar un análisis de los efectos de tipo económico que el sector cultural manifiesta, en este caso, con el sub sector musical.

RESULTADOS

A finales del siglo XX, se generó un proceso de fortalecimiento de la identidad individual de cada país, movimiento apoyado por la Organización de la Naciones Unidas, adoptando la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural (UNESCO, 2017), lo que permite reconocer el valor universal de las tradiciones y expresiones orales, las artes del espectáculo, los usos sociales, los rituales y actos festivos, los conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo, y las técnicas artesanales tradicionales.

En Colombia, el reconocimiento y la valoración de estos eventos culturales ha evolucionado en concordancia al patrimonio cultural del país, instaurando mediante la Ley 1037 de 2006 la Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Mundial Inmaterial donde se incluyen seis manifestaciones artísticas; una de ellas la constituyen los festivales musicales, siendo parte de esta Representativa Cultural Inmaterial de la humanidad, en la que se busca principalmente promover manifestaciones tradicionales y actividades que perpetúen la diversidad cultural del país, y posteriormente incluyendo el patrimonio cultural inmaterial en el campo patrimonio por medio de la ley 1185 de 2008 (Machicado, 2020).

Las industrias culturales y creativas son un conjunto de sectores encargados en crear, difundir, producir y distribuir servicios y bienes culturales que ofrecen servicios en los campos de entretenimiento, educación e información (películas, música grabada, medios impresos o museos), productos manufacturados a través de los cuales los consumidores elaboran formas distintivas de individualidad, autoafirmación y manifestación social (ropa de moda o joyería) (Quartesan, Rosmis y Lanzafame, 2007), a su vez, esta industria se relaciona directamente con la economía, ya que su contribución se puede ver reflejada en el Producto Interno Bruto (PIB) de cada país, al empleo y al aumento de turismo por medio de la producción y el consumo de manifestaciones artísticas simbólicas e innovadoras.

Los festivales musicales en su práctica fomentan la conservación de tradiciones culturales, siendo a su vez, una puerta para conocer el país, es por esta razón que en Colombia anualmente se celebran una gran cantidad de eventos de esta índole que hasta el momento no existen en un inventario oficial, por lo que se imposibilita establecer cuáles y de qué tipo de festivales se celebran en el país.

Sin embargo, de acuerdo con el Ministerio de Cultura (2010), algunos de los festivales estudiados cuentan con declaratorias anteriores a la Ley 1185 de 2008 o se celebran en lugares patrimoniales. De éstos, solamente el Concurso Nacional de Bandas Musicales de Paipa forma parte de la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial. El Festival de Música Andina Colombiana Mono Núñez fue declarado Patrimonio Cultural de la Nación mediante la Ley 839 de 2003; el Festival de Tambores y Expresiones Culturales de Palenque se celebra en Palenque de San Basilio, cuyo espacio cultural fue inscrito en la Lista Representativa del Patrimonio Mundial Inmaterial en 2005; el Festival de Cine y Video de Santa Fe de Antioquia se celebra en el centro histórico, declarado Monumento Nacional mediante la Ley 163 de 1959; y el Concurso Nacional de Bandas de Música de Paipa²³ fue declarado Patrimonio Cultural del departamento de Boyacá en 2004, Bien de Interés Cultural de carácter nacional por medio de la Resolución 1262 de 2004 del Ministerio de Cultura, y su inclusión en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial está en proceso de formalización.

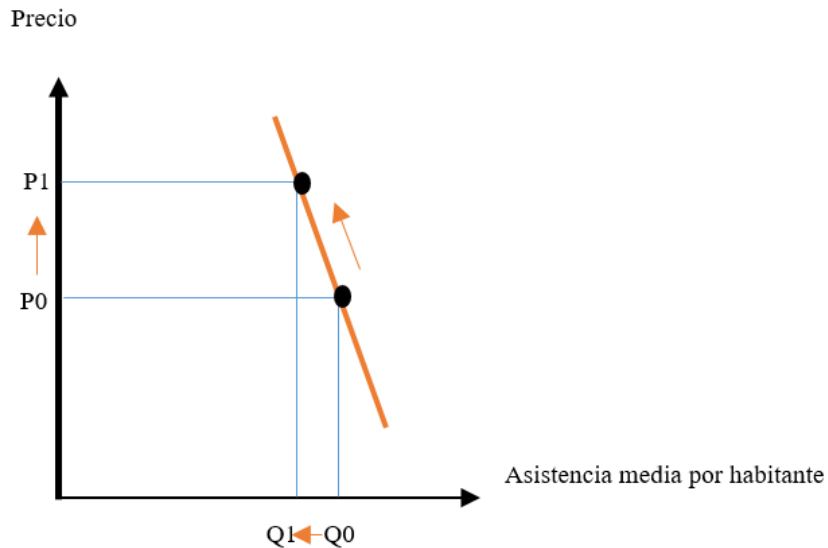
De acuerdo con lo anterior, los festivales musicales pueden comprenderse a partir de distintos puntos de vista: cultural, social, psicológico, antropológico y económico, siendo este último un complemento para los demás aspectos. En cuanto al análisis que se propuso, la oferta y la demanda son conceptos propios que ayudaron a profundizar el alcance de la contribución de los festivales en cuanto al del desarrollo económico del país, así como sus efectos, directo, indirecto e inducido.

DEMANDA DE LOS FESTIVALES MUSICALES

La demanda de los festivales musicales tiene una relación inversa entre el precio y la asistencia del público, estimado de acuerdo con los bienes culturales y de los festivales, en particular, la demanda se ve definida de acuerdo con atributos cualitativos y cuantitativos, a saber, el precio del bien, el precio de otros bienes que se relacione directamente el valor agregado del evento, el valor agregado del evento y la promoción que se le realice. Igualmente, existen factores que pueden incidir en la demanda de los festivales, entre ellos, el fomento público a la realización de festivales que normalmente hace referencia directa a la financiación que pueden disminuir el precio de venta de entradas al público, permitiendo mayor cobertura.

Figura 2

Curva de demanda de festivales musicales.



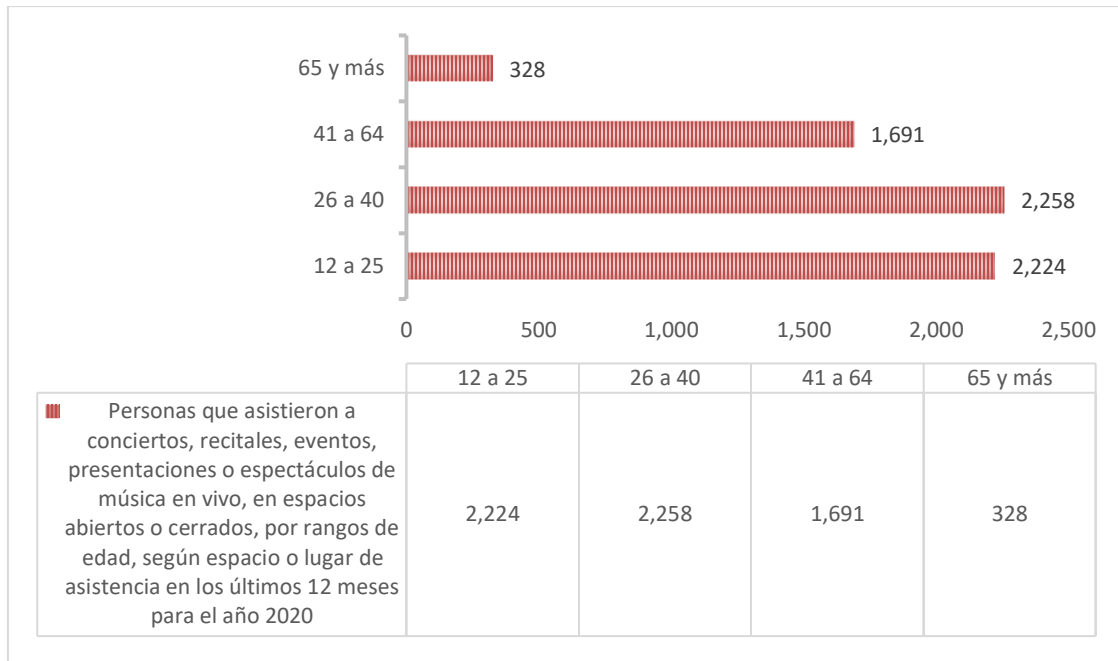
Fuente: Elaboración propia (2021), con base en Ministerio de Cultura, 2010.

Recíprocamente, se entiende que, ante un incremento en el precio de la entrada al festival, la demanda cae proporcionalmente al aumento y, a su vez, menor precio la demanda aumenta. Sin embargo, de acuerdo con la naturaleza del evento, si es público, privado o mixto, cuando no hay precio de entrada, la demanda será infinita en su inicio. No obstante, determinantes como impuestos, subsidios, derechos de propiedad, costos de viaje para llegar al lugar del evento y el gusto de la población, son variables que permitirán conocer la demanda final; es por eso que la demanda de los festivales no debe comprenderse exclusivamente en conceptos de eventos privados, sino que deben ser analizados de acuerdo a su particularidad.

En Colombia, el consumo de contenido artístico y cultural es medido por parte del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), por medio de la encuesta de consumo cultural que tiene como fin caracterizar las formas de comportamiento que expresan prácticas culturales de la población de 5 años y más que reside en las cabeceras municipales del territorio colombiano.

Figura 3

Total de personas de 12 años y más que asistieron a conciertos, recitales, eventos, presentaciones o espectáculos de música en vivo, en espacios abiertos o cerrados, por rangos de edad, según espacio o lugar de asistencia en los últimos 12 meses para el año 2020



Fuente: Elaboración propia (2021), con base en DANE, (2020).

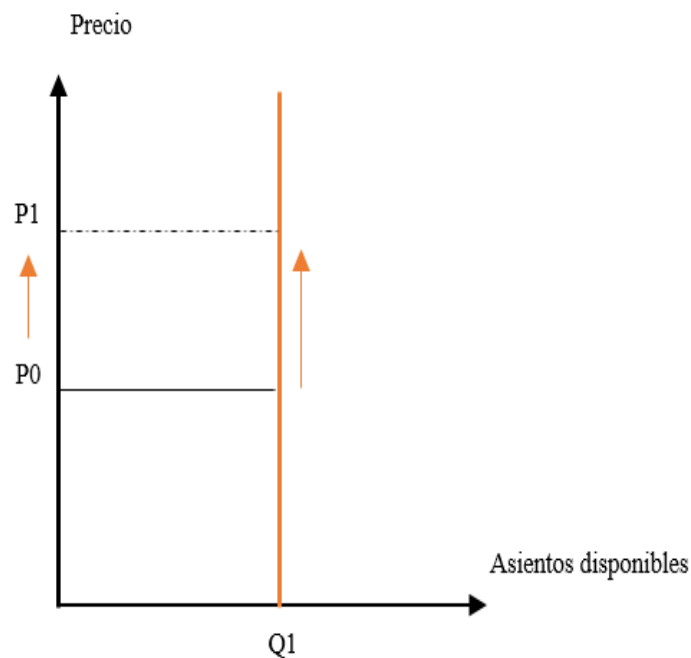
A su vez, según el DANE (2020) los conciertos, recitales, presentaciones o espectáculos de música en vivo fueron los eventos a los que los hombres y mujeres más asistieron con 21,6% y 19,6% respectivamente, dando como resultado un total de 6.501 personas y la actividad cultural a la que más asistieron las personas de 12 años y más, fue la visita a parques, reservas naturales o zoológicos (22,7%), seguida por la asistencia a fiestas municipales o departamentales (17,7%), parques temáticos o de diversiones (14,1%) y carnavales, fiestas o eventos nacionales (12,1%).

OFERTA DE LOS FESTIVALES MUSICALES

En cuanto a la oferta de los festivales musicales y su medición depende principalmente de la disponibilidad de puestos o lugares dentro del lugar del evento o según el número de artistas o el de sus presentaciones. La cantidad de presentaciones ofrecidas en el festival varía respecto al precio que se cobra por ellas, debido a que la disponibilidad de actividades está limitada por el número de escenarios y asientos disponibles en el lugar del evento.

Figura 4

Curva de oferta de festivales musicales



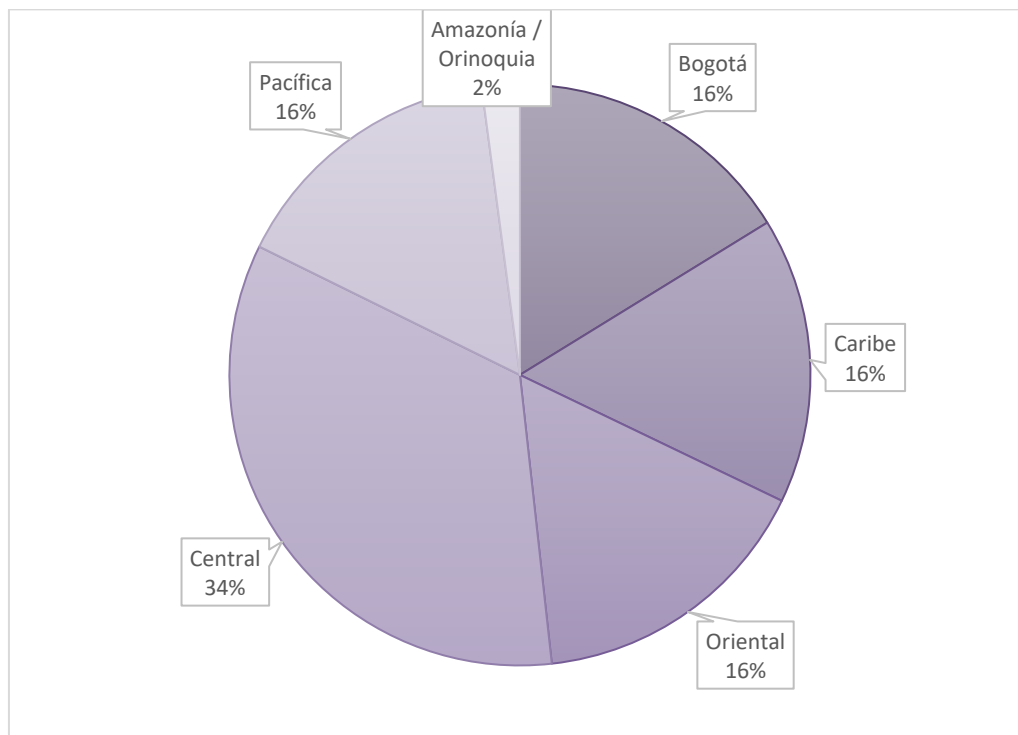
Fuente: Elaboración propia (2021), con base en Ministerio de Cultura, (2010).

El comportamiento de los oferentes, como puede observarse en la figura previa, se describe en una curva inelástica al corto plazo, sin embargo, la curva puede tener tendencia de cambio al largo plazo dependiendo de factores como la riqueza de la población, el gusto por los festivales musicales

y políticas de los gobiernos para impulsar la cultura y los festivales. La relación de la asistencia del público y los ingresos de los consumidores, al largo plazo, genera un efecto positivo ante una mayor disponibilidad presupuestal por parte de cada asistente a lo que la cantidad de festivales a los que asistirán será mayor.

Figura 5

Porcentaje de personas de 12 años y más que asistieron a conciertos, recitales, eventos, presentaciones o espectáculos de música en vivo, en espacios abiertos o cerrados, por regiones, según espacio o lugar de asistencia en los últimos 12 meses en Colombia de acuerdo con sus cabeceras municipales.



Fuente: Elaboración propia (2021), con base en DANE, (2020).

La concentración de oferta en Colombia se ha dado en la cabecera municipal central del país y se ha mantenido constante en el resto de las cabeceras, sin embargo, para Amazonía y Orinoquia

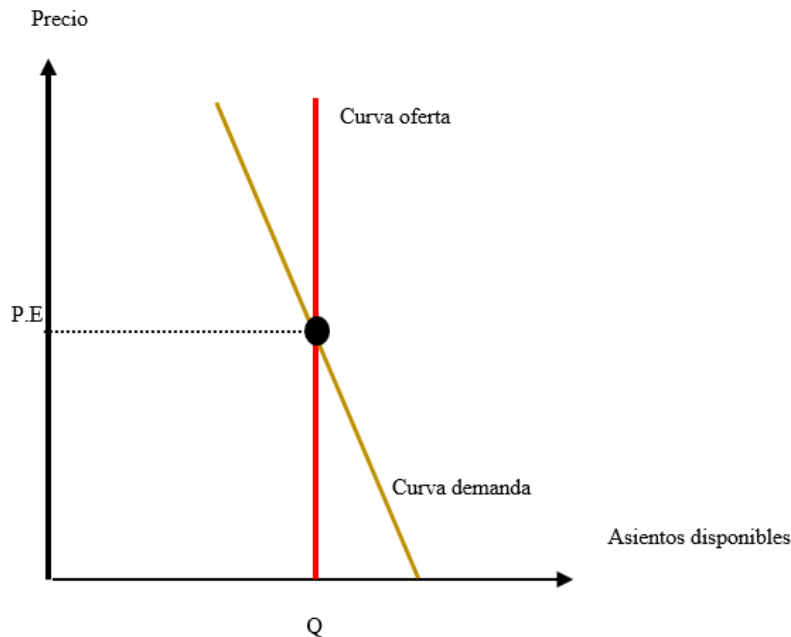
los datos son bastante menores. La oferta puede variar dependiendo de características especiales de su ejecución, por ejemplo, puede ser positiva por el incremento de precios en la oferta de bienes culturales y negativa según el incremento de precios de los elementos necesarios para la producción del festival, también puede darse el caso de que la oferta continúe sin inconvenientes, haciendo caso omiso a los precios externos por razones de conservación del patrimonio cultural.

EQUILIBRIO ENTRE OFERTA Y DEMANDA DE LOS FESTIVALES MUSICALES

De acuerdo con la oferta y la demanda, los festivales musicales pueden llegar a presentar un equilibrio económico que posteriormente pueden darse cifras y precios que busquen mayor bienestar social por medio de mecanismos de ajuste, sin que necesariamente se presente una igualdad entre oferta y demanda agregada a ciertos precios.

Figura 6

Equilibrio del mercado de festivales musicales.



Fuente: Elaboración propia (2021), con base en Ministerio de Cultura, (2010).

Asimismo, esta disyuntiva surge de lo anteriormente mencionado, los festivales musicales y los bienes culturales no son exclusivamente privados, lo que permite la adición de características y externalidades propias de cada evento, es por esta razón que existen fallas en el mercado y la intervención del gobierno, subsanando vacíos en cuanto a apoyos y ayudas a las industrias culturales y creativas pueden ayudar a alivianar el margen de error.

EFFECTO DIRECTO

Los efectos directos de los festivales sobre la economía se definen como el impacto generado por la organización los festivales a nivel de gasto y empleos sobre la comunidad donde se realiza el evento, relacionado con el aumento el aumento en los ingresos de los agentes económicos. Son aquellos beneficios ocasionados sobre la economía local por concepto de los gastos efectuados a raíz del montaje del evento, tales como salarios, administración, gastos de invitados, alquileres, compras de bienes o servicios, etc. Sin embargo, no todo el gasto del festival es invertido en el municipio o lugar de ejecución, sino que, por el contrario, el gasto puede repartirse dependiendo del valor agregado que el festival ofrece (Barlés, 2012).

Figura 7

Interacción de un festival musical con el lugar donde se realiza, sus residentes y sus visitantes externos.



Fuente: Elaboración propia (2021), con base en Bonet, (2011).

Así pues, al corto plazo los festivales musicales se encuentran en el núcleo del cual se desprenden los individuos que asisten al mismo (residentes y visitantes) y el lugar; que entre ellos, se genera un efecto diferente, entre residentes y el lugar forjan identidad y sentido de comunidad propio del sitio donde se esté llevando a cabo el festival, permitiendo conocer nuevas formas de vida, gustos, tipicidades entre otras; los residentes, compartiéndolo en la relación de residentes y visitantes por medio de una interacción cultural y por último la singularidad y el valor económico nacen a partir de la relación entre visitantes en el momento de generar algún tipo de gasto y el lugar. En el largo plazo, los visitantes y el lugar generan un marketing importante para el festival a través del voz a voz o recomendaciones de los visitantes a las personas que no conocen del festival, por su parte, entre el lugar y los residentes se da una fidelización de los asistentes al evento y finalmente, la

relación entre visitantes y residentes deja un valor económico, donde el residente es el demandante y los residentes los oferentes, concluyendo con intercambios de valor desigual de importancia para cada uno.

Tabla 1

Empleos generados en un festival musical

Producción general	Dirección artística	Principal	Director artístico
		Secundario	Coordinador artístico
			Curadores
			Jurados
		Asesores	
	Producción ejecutiva	Principal	Productor ejecutivo
		Secundario	Asistente administrativo
			Asistente de comercialización
			Asistente de gestión
	Producción técnica	Principal	Productor técnico
		Secundario	Ingeniero de sonido de tarima
			Ingeniero de sala o campo
		Jefe de tarima	
Producción logística	Principal	Productor logístico	
	Secundario	Coordinador de transporte	
		Coordinador de alimentación	
		Coordinador de camerinos	

Producción operativa	Principal	Productor operativo
	Secundario	Auxiliar operativo
Producción escénica	Principal	Productor escénico
	Secundario	Escenógrafo
		Ingeniero de luces
		Fotógrafo
Comunicaciones	Principal	Jefe de prensa
	Secundario	Diseñador grafico
		Video grafo
		Editor Web

Fuente: Elaboración propia, (2021), con base en, Ministerio de cultura, (2010).

En cuanto a los empleos generados, es importante resaltar que se considera efecto directo de acuerdo con su duración y tipo de contrato, por ejemplo, algunas personas se dedican de tiempo completo al proyecto del festival como también, laboran desde tiempo atrás a su producción con contrato establecidos son plenamente efecto directo, a su vez, los empleos pagados por días o por tiempos cortos trabajados, se considera efecto indirecto.

EFFECTO INDIRECTO

Se entiende por efecto indirecto a todos los gastos que realizan los asistentes al evento como consecuencia del consumo durante el festival, por ejemplo, alimentación, hospedaje, transporte, etc. Estos efectos son medidos por medio de encuestas localizadas a los asistentes del evento. (Vélez, Moscoso, Machicado, Ramírez, Mordo, Morales y Ortiz, 2013).

La determinación del efecto indirecto de la economía local se entiende de acuerdo con los asistentes por su lugar de residencia, lo que permite distinguir entre un público local y un público externo, donde el local no se tiene en cuenta para el cálculo y el externo sí. También, se debe tener en cuenta los visitantes al lugar del festival que no asisten, sino que, por el contrario, otras razones son las que los llevan allí, como vacaciones, trabajo, o cualquier otra consideración.

De acuerdo con lo anterior, el público usado para la estimación de efecto indirecto se define como asistentes no locales en donde su motivación principal es asistir al festival musical, lo que permite identificar, a su vez, la transcendencia que estos tienen en la economía local del lugar del evento en actividades dadas como, entrada a eventos, alojamiento, comida y bebida, actividades relacionadas al turismo (entretenimiento), transporte (interno), compras, entre otras.

EFFECTO INDUCIDO

Este efecto resulta de los gastos comprendidos por efecto directo y efecto indirecto, dando gastos originados por medio del concepto multiplicador, mostrando las repercusiones que, con el tiempo, el festival genera en el tejido económico de la zona, con el fin de estimar el esfuerzo de producción que tiene que realizar la economía para atender la demanda de bienes y servicios existente en la zona, motivados por la celebración del festival, ya sea a partir de los gastos que genera la propia organización del evento o de los que lleva a cabo los asistentes al mismo.

FESTIVALES MUSICALES POR MEDIO DE STREAMING

La crisis originada por la pandemia de la COVID-19 y el posterior confinamiento que trajo consigo en todo el mundo, provocó la paralización de la vida social y de la gran mayoría de sectores económicos, entre ellos el cultural. Las consecuencias para el sector de la música en directo en general y en el de los festivales en particular, que están teniendo que reinventarse y ajustarse a las nuevas normas que rigen esta situación de pandemia, entre ellas, destacan las iniciativas surgidas en Internet donde los agentes del sector musical, en especial los artistas y promotores, se acercaron al público, conformando algunas de ellas los primeros 'festivales *online*', alternativos a los grandes eventos musicales por medio de *streaming*. La transmisión de actuaciones en *streaming*, utilizando como soporte las redes sociales y otras plataformas digitales, fue la verdadera protagonista de estos efímeros y atípicos festivales y parece haberse constituido como una tendencia por la que, en diferentes modalidades, están apostando muchos de los promotores de festivales (Castro, Pérez y Torres, 2020).

DISCUSIÓN

El desarrollo de las industrias culturales y creativas como temática relevante en Colombia, ha tenido una transformación en los últimos 4 años, en donde, a partir de su definición, ha establecido mecanismos normativos e institucionales que han permitido reconocer al sector cultural como parte importante de la economía y entenderlo a partir de las actividades que lo comprenden,

la primera categoría es artes y patrimonio, incluye turismo y patrimonio cultural material e inmaterial, así como la educación en artes, cultura y economía creativa; la segunda categoría es industrias culturales, e incluye las industrias editorial, fonográfica y audiovisual; la tercera es creaciones funcionales, nuevos medios y software de contenidos, e incluye medios digitales y software de contenidos, diseño y publicidad (Falkenstein, et.al., 2020, p. 8).

Así, durante 2021, el sector cultural y creativo obtuvo un crecimiento significativo de 12,8% respecto al número de personas ocupadas, y generó 27.8 billones de pesos de valor agregado frente al año anterior (Cultura y economía, 2022); lo que supone una transformación importante que está generando efectos económicos reales en Colombia. Igualmente, se cuenta con la ley 1834 del 2017 o conocida también como Ley Naranja, la cual es la primera a nivel latinoamericano que se enfoca directamente en las industrias culturales y creativas respecto a la función que debe tener el Gobierno para su desarrollo y fomento.

A partir de lo anterior, se debe decir que los festivales musicales forman parte del sub sector musical de la industria cultural y creativa, las cuales generan un impacto positivo a nivel cultural, social y económico permiten el reconocimiento de la cultura por medio de un despliegue lúdico, resaltando y difundiendo sus expresiones culturales y tradiciones populares que a su vez cuentan con doble naturaleza: simbólica y económica. En cuanto a su naturaleza económica, son pocos los sectores que inciden tanto en el desarrollo social, local, educativo, comunitario, en la innovación, la cohesión social, la identidad, la internacionalización y la celebración de la diversidad (Redondo, 2018) y las industrias creativas, específicamente el subsector musical inciden positivamente en las ámbitos nombrados, integrándolos de manera ideal con el fin de conseguir un equilibrio positivo, fomentando la economía y de paso, otros sectores.

Los festivales permiten que los residentes conciban una idea diferente del lugar donde están habitando, contribuyendo a la mejora constante de entendimiento mutuo a nivel social, étnico y cultural. De acuerdo con Throsby (2008), la presencia del festival permite que se fortalezca un cúmulo grande de prácticas vivas, al establecer nuevos medios para que los habitantes expresen su creatividad. Algunos festivales se mueven en busca de un 'desarrollo cultural sostenible'. El principal objetivo de los mismos es la valoración de patrimonio cultural, por medio de demostraciones artísticas tradicionales, incursionando nuevos artistas, propiciando encuentros internacionales que a su vez hacen parte de la globalización y fomentando la comunicación entre individuos.

Al comprender los festivales musicales como espacios culturales para la inclusión social, participación y la consolidación de la identidad, estos constituyen una parte fundamental del motor de las industrias culturales y creativas, que permite no sólo consumir música sino también la asistencia permanente a eventos que establecen una serie de vínculos emocionales que posteriormente trascienden a procesos económicos. La proliferación de las industrias culturales y creativas, en actividades especiales como lo son los festivales musicales han sido por parte de la globalización también, ya que por medio de estas la identidad y el simbolismo de los países se ve reflejado, involucrando el desarrollo tecnológico de la información y la comunicación a escala mundial. Asimismo, el consumo de eventos con música en vivo ha permitido que la movilidad de bienes y productos culturales como de públicos permitan que las industrias culturales y creativas sirvan de puente conductor la internacionalización de bienes intangibles e incluso de propiedad intelectual, siendo espacios de estratégicos tanto para el ámbito económico como para el cultural.

A través del tiempo, los festivales musicales han permitido que cada país tenga espacio para su propio evento o manifestación cultural, clasificados de diferentes maneras dependiendo de la cultura de cada país, muchos de ellos apuntándole directamente la interpretación de la identidad y tradiciones propias del lugar donde se origina arrojando como resultado la comunicación de valores, potencializar el intercambio de culturas y el fortalecimiento de identidades.

Se contrastó la información con el establecimiento de las fases o acciones que se requieren llevar a cabo un festival, tanto en su preparación, desarrollo y posproducción, por medio de la planificación del evento, organización y evaluación del mismo, así:

Segmentación de clientes: en primer lugar, los asistentes al festival, siendo estos, el cliente potencial al que se dirige el evento, seguidamente las marcas o anunciantes que se encuentran interesados en participar y, por último, los administradores, que en este caso es el ayuntamiento de la localidad que acoge el festival.

Propuesta de valor: se ofrece una propuesta de valor distinta. Para los asistentes al festival se centra en la diversión y el disfrutar música en directo, por su parte a los anunciantes que el evento vaya encaminado con la afinidad a su marca y para los administradores una fuente de ingresos indirectos en su localidad.

Distribución: el ofrecimiento se centra en una experiencia intangible que, siendo materializada directamente, da como resultado la entrada al evento que bien puede difundirse de manera online u offline.

Interacción con los clientes: búsqueda de una estrategia de marketing y comunicación que permita hacer conocer el festival con el fin de llegar al nicho de mercado.

Fuentes de ingresos: venta de entradas, patrocinios, subvenciones, entre otras. Éstas pueden variar respecto a la producción o la organización del evento.

Actividades organizativas: contratación de artistas, la producción o el montaje necesario para cumplir con la propuesta de valor del festival, la seguridad del evento por medio de contrataciones a terceros entre otras.

Alianzas estratégicas: socios o proveedores que se encuentren involucrados. (Ministerio de Cultura, 2010).

Es por esto que, la ejecución de un festival musical necesita procesos para cumplir con su propuesta de valor para que los representantes del sector cultural sean artistas, emprendedores o empresarios, se apoyen y así lograr una adecuada interacción y un relacionamiento que fortalezca el sector y que permita su reconocimiento, mediante la identificación y el diálogo de estos (Redondo, 2018). Finalmente, se debe decir que, los festivales musicales reúnen un conjunto importante de actividades y personas que permiten el desarrollo del festival, involucrándose desde la planificación previa, siendo la parte más importante del proceso ya que de esto depende la organización de lo que se ejecutará en el evento hasta su cierre; transformándose en escenarios

plenos de integración económica y cultural en Colombia y permitiendo no sólo un crecimiento local sino internacional.

CONCLUSIONES

Los festivales musicales en Colombia se han convertido, no únicamente en escenarios garantes de identidad cultural o espacios de integración social, sino que se han manifestado como entes generadores de empleo, de inclusión social y de representación económica relevante. Siendo benefactores no tan sólo los artistas y colaboradores de la industria musical, sino que también, toda la población civil, que participa en los efectos directos, indirectos e inducidos.

Es importante mencionar que, mediante esta investigación, se pudo reconocer, además, que funcionan como una de las estrategias que permite al gobierno colombiano, impulsar el turismo y la internacionalización de talento humano y de sus servicios musicales. En tanto, en su creación, producción y puesta en marcha se involucran diversas disciplinas y espacios de *networking* que manifiestan la ampliación de los mismos a nivel global. En este sentido, es importante mencionar que Colombia cuenta con un conglomerado de programas y proyectos que, si bien continúan en etapas iniciales, han permitido reconocer a la cultura como garante de derechos y protagonista de desarrollo económico, a saber, las Áreas de Desarrollo Naranja (ADN) o las Agendas Creativas, que se han configurado como espacios para la reactivación y fortalecimiento del sector.

La aproximación a los efectos económicos que posee la realización de los festivales musicales en Colombia, permitió identificar las estructuras, procesos y protagonistas de su performance y la relación económica que representa para el país, ubicándolos como catalizadores de oportunidades para para la población civil, además de su beneficio como ventana de conocimiento al mismo. Es importante finalizar con la intención de generar más investigaciones que permitan un establecimiento que vincule las esferas, social, académica y económica en pro del impulso de este tipo de industrias y que visualice de mayor manera la interconexión disciplinar que en ellas confluye.

REFERENCIAS

- Barlés, M. J. (2012). Perfil del turista de festivales: el caso del festival internacional de las culturas pireneas sur. <https://www.redalyc.org/pdf/398/39824503003.pdf>
- Bonet, L. A. (2011). La gestión de festivales escénicos. Editorial Gescénic
- Castro, A, Pérez, C. y Torres, J. (2020). Eventos musicales online durante la crisis de la COVID-19 en España. Análisis de festivales en redes sociales y de sus estrategias de comunicación. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7768207>
- Cultura y economía, (2022). El sector cultural y creativo durante 2021. <https://culturayeconomia.org/wp-content/uploads/2022/08/Infografi%CC%81a-CSCEN-tm.pdf>
- DANE. (2020). Encuesta de Consumo Cultural (ECC). <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/eccultural/boletin-tecnico-ecc-2020.pdf>
- Howkins, J. (2019). Economía creativa. Editorial Penguin UK.
- Falkenstein-Ávila, H. D., Redondo-Méndez, A. C., & Pinzón-Muñoz, C. A. (2020). Desarrollo de la economía creativa en Argentina: ejemplo para el caso colombiano. *Revista Escuela De Administración De Negocios*, 115–134. <https://doi.org/10.21158/01208160.n0.2020.2753>
- Lancaster University, (2020). Work Foundation. <https://www.lancaster.ac.uk/work-foundation/>
- Machicado, J. A, (2020). Los festivales desde sus diferentes facetas. <https://culturayeconomia.org/blog/los-festivales-desde-sus-diferentes-facetas/>
- Ministerio de Cultura. (2010). Diez Festivales en Colombia: valores e impacto. <https://www.mincultura.gov.co/areas/fomento-regional/Documents/MedicionFestivales.pdf>
- Pudic, D. (2016). Applying the principles of management of creative and cultural industries in the energy sector. Editorial Osijek
- Quartesan, A. Rosmis, M. y Lanzafame, F. (2007). Las industrias culturales en América Latina y el Caribe: Desafíos y oportunidades. Banco Interamericano de Desarrollo. https://fondoeditorial.itm.edu.co/ojs-documentos/Guia_NormasAPA-ITM.pdf

- Redondo, A. C. (2018). Industrias culturales latinoamericanas y su aporte al desarrollo social. *Industrias culturales y economía creativa en Latinoamérica: Desarrollo económico y social en la región*. (pp. 23-70) Editorial Uniagustiniana. <https://doi.org/10.28970/9789585498143>
- Rodríguez-Romero, L. D., & Ospina-Martínez, O. (2021). Investigación en industrias culturales: construcción bibliográfica y aproximaciones a su uso conceptual. *Revista Escuela De Administración De Negocios*. <https://doi.org/10.21158/01208160.n0.2020.2840>
- Throsby, D. (2008). La economía de la política cultural. Prensa de la Universidad de Cambridge
- UNCTAD. (2012, 05 24). Informe acerca del diálogo de políticas de alto nivel sobre la economía creativa para el desarrollo. https://unctad.org/system/files/official-document/td481_sp.pdf
- UNESCO. (2017). La economía creativa. https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/ifcd_2017_sp_final_web_es.pdf
- Vélez, E., Moscoso, F., Machicado, J., Ramírez, J., Mordo, M. Morales, P. y Ortiz, T. (2013) Medición y caracterización del impacto económico y los valores sociales y culturales de los festivales en Colombia. [Trabajo de grado, Universidad EAN]. <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/3978/Medicion%20y%20caracterizaci%20F3n%20final%20filbo.pdf?sequence=3>