

MICROCLÚSTERS DE ACTORES: ¿HERRAMIENTAS TURÍSTICAS PARA LA ESTRUCTURACIÓN TERRITORIAL?*

*Inmaculada Diaz-Soria***

Fundació Universitat Autònoma de Barcelona
<https://orcid.org/0000-0002-0697-7969>

*Asunción Blanco Romero****

Universitat Autònoma de Barcelona
<https://orcid.org/0000-0002-5869-8603>

RESUMEN

En el marco de una reflexión sobre la resiliencia de un territorio altamente dependiente del turismo como el Empordà (Costa Brava), este trabajo analiza los festivales de música como herramienta de estructuración territorial. Los resultados obtenidos, a través de entrevistas en profundidad y un sistema de indicadores cuantitativos, confirman que estos productos turísticos culturales funcionan como microclústers, creando y reforzando relaciones estables entre actores locales. Cuando constituyen un producto más en un territorio multifuncional, pueden contribuir a hacer más resilientes destinos y territorios.

Palabras clave: Costa Brava; desarrollo local; festivales de música; resiliencia; turismo adecuado.

Fecha de recepción: 14 de septiembre de 2022.

Fecha de aceptación: 6 de marzo de 2023.

* Este trabajo ha sido llevado a cabo gracias a la financiación de los proyectos de investigación “Estrategias de adaptación y alternativas a partir de los destinos de turismo de interior en tiempos de cambio -ADAPTATUR_ Interior.” PID2020-114186RB-C22 financiado por MCIN-AEI/ 10.13039/501100011033 y “El turismo de interior en España: Retos, valorización y estrategias ante situaciones de cambio y crisis para potenciar los productos y destinos turísticos. Dinámica de casos” CSO2016-74861-R.

El presente trabajo presenta resultados y análisis comparativo de diversos proyectos realizados durante 10 años. Resultados y conclusiones preliminares parciales son susceptibles de formar parte de anteriores aportaciones a congresos y publicaciones de difusión y transferencia.

** Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera. Fundació Universitat Autònoma de Barcelona. Edifici Blanc. Campus de la UAB. 08193 BELLATERRA. Barcelona (España). E-mail: inmaculada.diaz@uab.cat

*** Departamento de Geografía. Facultat de Lletres. Universitat Autònoma de Barcelona. C/ de la Fortuna, s/n. Edificio B9-1020. 08193 Cerdanyola del Vallès. Barcelona (España). E-mail: asuncion.blanco@uab.cat

Microclusters: tourism tools to structure territories?**ABSTRACT**

This paper analyzes music festivals as a territorial structuring tool as part of a larger reflection on the resilience of territories highly dependent on tourism. The results obtained from our study on the Empordà (Costa Brava), through in-depth interviews and a system of quantitative indicators, confirm that these cultural tourism products function as microclusters, creating and reinforcing stable relationships between local actors. When they become one more product in a multifunctional territory, they can contribute to making destinations and territories more resilient.

Keywords: adequate tourism; Costa Brava; festivals; local development; resilience.

1. INTRODUCCIÓN

Este trabajo pretende abordar los festivales de música como generadores de microclústers de actores (Gallelli, 2016) y comprender su potencial como herramientas de estructuración territorial y su contribución a reforzar la resiliencia del producto, el territorio y el destino. Como ya señalaban Prentice y Andersen en 2003, la celebración de festivales promueve el desarrollo de los destinos turísticos (Prentice y Andersen, 2003; Nagy y Nagy, 2013). En algunos contextos, es una herramienta de desarrollo local (Mahon y Hyryläinen, 2019), una oportunidad para preservar y valorizar tanto el patrimonio cultural como el natural, atraer visitantes y transmitir una imagen dinámica de los territorios (Díaz-Soria *et al.*, 2014). Los impactos de los festivales están bien documentados, incluidos los impactos sociales (Brennan-Horley *et al.*, 2007; Sharpe, 2008) y económicos (Herrero *et al.*, 2011; Rinaldi y Sergio, 2018). En concreto, nos centramos en el caso de los festivales de música de la comarca del Alt Empordà, en la Costa Brava (Cataluña, España).

El Empordà está situado en la zona septentrional litoral de la provincia de Girona. Está organizada en dos comarcas: el Alt i el Baix Empordà. El Alt Empordà es la comarca más al norte y de mayor superficie dentro del destino turístico de sol y playa conocido como la Costa Brava, aunque incluye también zonas de interior, en las cuales se desarrolla una oferta de turismo rural y cultural diferenciada de la oferta desarrollada en el litoral (Blanco-Romero *et al.*, 2020). Desde los años 60, se ha consolidado en la región la organización de numerosos conciertos de música, especialmente en verano, estructurados en una amplia oferta de festivales. Esta consolidación del producto “festivales de música” en la oferta turística de la Costa Brava y las características del Alt Empordà como un territorio que combina zonas muy turísticas situadas principalmente en la costa con zonas poco turísticas en el interior justifican la elección del caso de estudio.

Partimos de la hipótesis de que productos turísticos y culturales como los festivales de música cuentan con un potencial efecto estructurador de los territorios donde se organizan, especialmente cuando tienen lugar fuera de las grandes ciudades. Por efecto estructurador

entendemos que favorecen la creación de polos de actividad que contribuyan a la dinamización económica, social y/o cultural de un territorio, lo cual es especialmente relevante en territorios rurales y de interior. Bajo esta perspectiva, se considera que pueden contribuir potencialmente a procesos de desarrollo turístico adecuados a los territorios en los cuales se llevan a cabo. Por desarrollo turístico adecuado entendemos aquél pensado estrictamente para cada contexto territorial, centrado en la combinación concreta de recursos y características propias, adaptado a las singularidades, siendo estas gestionadas de manera apropiada a dicho metabolismo ecosocial. El turismo cultural y las redes de actores se presentan aquí como las bases para el desarrollo endógeno y para el establecimiento de este turismo adecuado (Blanco-Romero y Blázquez-Salom, 2021). La hipótesis planteada se pone a prueba a partir de una revisión conceptual presente en la literatura y de una investigación longitudinal que analiza el periodo 2010-2020. El enfoque metodológico propuesto pretende definir qué se entiende por herramientas de articulación territorial y medir su efecto estructurante (Tobelem y Thuriot, 2019).

Para analizar las redes de actores (Yubero, 2019) se utilizó la noción de clúster, definida como un todo funcional en torno a un producto (festivales) en el que se configuran relaciones de cooperación y complicidad (Novelli *et al.*, 2006).

2. MARCO TEÓRICO: FESTIVALES, CLÚSTERES Y RESILIENCIA

Los festivales son eventos ubicados en un territorio y su celebración no es inocua, genera impactos negativos y beneficios. Para que estos beneficios se redistribuyan adecuadamente en el territorio y generen efectos positivos, no sólo económicos sino sobre todo socioculturales, debe existir una planificación que explote este potencial (O'Sullivan y Jackson, 2002) y gestione las externalidades negativas.

Desde una perspectiva de desarrollo territorial sostenible, cada sector de una comunidad está llamado a la participación e implicación en el proceso de toma de decisiones (López *et al.*, 2011) y en la distribución de responsabilidades (Butler, 2012). Para reducir la huella ambiental y mejorar la equidad social, se deben potenciar procesos de localización, es decir, fomentar las economías locales y el consumo responsable (Cooper *et al.*, 2008; Amat, 2013; ICSU, 2017). El concepto idealizado de sostenibilidad entendido como un sistema equilibrado entre las dimensiones medioambiental, social y económica se reemplaza así por un paradigma flexible adaptado a las circunstancias particulares de cada territorio (Hunter, 2002), en el cual el turismo puede ser una pieza enmarcada en un modelo de turismo adecuado (Vir Singh *et al.*, 1989).

Los festivales de música en este contexto se analizan a través de la perspectiva de los actores: su organización como parte de un clúster vinculado al producto “festivales de música” y su contribución a la resiliencia del territorio, del producto y del destino.

2.1. Clústeres y microclústeres

El destino turístico puede ser entendido como un sistema, integrado por un amplio abanico de elementos de diverso carácter: físico y estático (recursos, atractivos turísticos e infraestructuras de apoyo), y de carácter dinámico y relacional, entre los cuales se

encuentran los actores implicados y sus diversas conexiones (Muñoz, 2021). En relación con los elementos de carácter dinámico, el destino turístico puede ser analizado como clúster, red o constructo social (Pearce, 2012). Una de las primeras definiciones de clúster la proporciona Porter (2000) que lo define como:

“La concentración geográfica de empresas e instituciones interconectadas, pertenecientes a un sector particular, unidas por sus rasgos comunes y complementariedad entre sí, como las industrias relacionadas; los proveedores de insumos, maquinaria y servicios; las universidades y los centros de investigación; y asociaciones comerciales que compiten y cooperan” (2000:15).

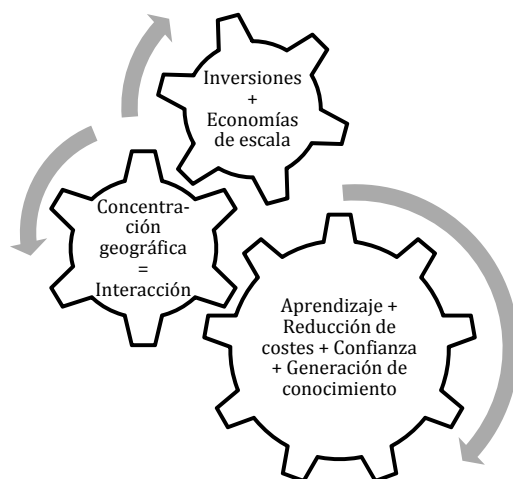
Porter pone el acento sobre las relaciones entre organizaciones similares, dedicadas a una línea de actividad común. Desde esta perspectiva, la proximidad entre las organizaciones involucradas no es únicamente geográfica, sino también funcional y el clúster permite optimizar procesos vinculados a un sector específico. Iordache *et al.* (2010) descartan esta segunda acepción de la proximidad y definen los clústeres como “agrupamientos de industrias productoras poco diferenciadas, concentradas en un área geográfica y cuyo objetivo es mejorar la competitividad de las empresas que lo conforman” (Ortiz *et al.*, 2020:114). Según esta idea, el clúster no impulsa una línea de actividad concreta, sino que organiza un conglomerado de organizaciones con actividades diversas, unidas por una mutualización de recursos de interés, como pueden ser, por ejemplo, los suministros o la promoción.

Algunos autores destacan la confianza y la interacción social de las empresas implicadas como principios esenciales de un clúster (McCormick, 1999; Altenburg, 2001; Bao y Blanco, 2014), mientras que otros se interesan por la naturaleza de los vínculos entre los diferentes actores, que pueden estar basados en el comercio, la innovación o en el conocimiento generado colectivamente (Varisco, 2004; Novelli *et al.*, 2006; Gómez *et al.*, 2017).

Aunque el origen del concepto de clúster se encuentra en la economía y la industria (Brenner, 2004; Suire y Vicente, 2009; Martin y Sunley, 2011; Wang *et al.*, 2013), éste ha sido adoptado por diferentes disciplinas y enfoques, como la Geografía Económica, que profundiza en los aspectos económicos y territoriales (Crespo, 2011; Boschma y Fornahl, 2011). Así se aborda la heterogeneidad de las organizaciones, sus diferentes fuentes de conocimiento, sus capacidades de aprendizaje (Menzel y Fornahl, 2010), las estrategias movilizadas, las dinámicas relacionales, la capacidad de formación y transformación de las empresas y los aspectos ambientales (Boschma y Wenting, 2007; Belussi y Sedita, 2009; Hervás-Oliver *et al.*, 2014) o la cooperación entre los actores y su complementariedad (Weidenfeld *et al.*, 2011), especialmente, en los últimos años, en relación con procesos de economía circular (Boronat y Puig-Denia, 2020; Mazzoni, 2020).

Los principales valores asignados a un clúster por los diferentes enfoques recogidos van desde las interacciones generadas por la mera concentración geográfica, hasta valores más complejos, como la capacidad para beneficiarse de inversiones y de economías de escala, de impulsar procesos de aprendizaje y de optimización de recursos, la generación de confianza y la producción de saberes y conocimiento (Figura 1).

Figura 1
PRINCIPIOS Y VALORES DEL CLÚSTER



Fuente: Elaboración propia.

En turismo, el clúster se entiende como una estrategia para la innovación turística (Parra y Santana, 2011; Ivars *et al.*, 2014) y la diversificación (Michael, 2007). El concepto puede referirse a la simple agrupación de empresas que ofrecen servicios relacionados con las actividades turísticas (Varisco, 2004; Iordache *et al.*, 2010; Yang, 2012) o a la forma en que la actividad turística se organiza en una determinada región y cómo relaciona los diferentes actores locales y se genera cooperación (Barbosa y Zamboni, 2001). Esta perspectiva está vinculada con la idea de la cooperación para el desarrollo local (Moreira *et al.*, 2010). Nuestra investigación define el clúster desde el turismo como un sistema de relaciones en red entre los diversos actores, donde el espacio geográfico se considera un agente de transformación social, en el que interactúa, de forma estable e interrelacionada, un grupo de agentes alrededor del producto turístico y no como un mero soporte geográfico de las actividades productivas. Se conceptualiza como una unidad dinámica y compleja, diversificada y flexible, que se transforma con el tiempo y puede desaparecer.

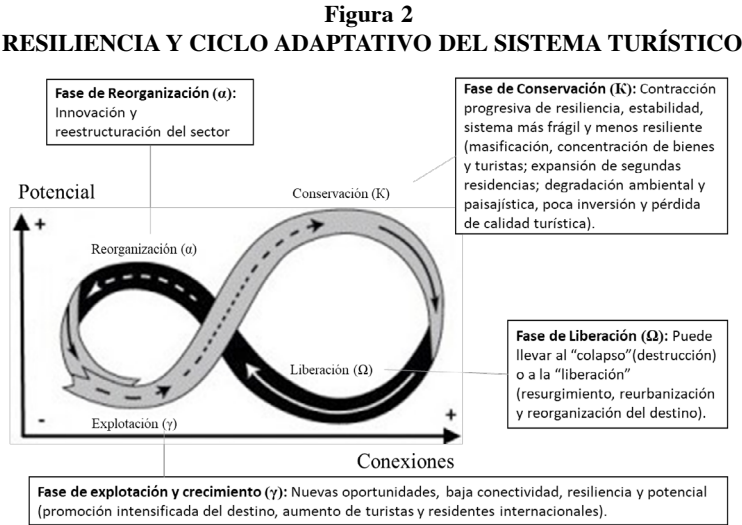
En el caso de los territorios de interior, el concepto de microclúster es particularmente interesante. Definido como la concentración geográfica de un pequeño número de establecimientos relacionados con un producto turístico en un determinado espacio (Cánoves *et al.*, 2017), las interacciones de complementariedad generadas ayudan a desarrollar dicho producto gracias a la combinación de servicios que proporcionan una experiencia singular al turista. En coherencia con algunos de los valores de un clúster desarrollados anteriormente (Figura 1), los microclúster se benefician de las economías de escala, amplían la base del mercado y diversifican la gama de posibilidades de las actividades económicas del territorio. Su interés reside en su potencial como marco de oportunidad para pequeñas empresas con el objetivo de que puedan operar localmente con ciertas garantías de éxito a medio plazo (Sáez, 2009).

En definitiva, un clúster turístico involucra a un grupo compuesto por productores de equipos y servicios turísticos, distribuidores de viajes y clientes (visitantes y turistas) (Novelli *et al.*, 2006). El clúster organiza redes y relaciones sociales y colaborativas entre los actores involucrados en un producto (Tinsley y Lynch, 2001) y promueve procesos de innovación (Porter, 2000) bajo los principios de proximidad, conexiones, interacciones y masa crítica. La perspectiva a largo plazo de esta estrategia depende de la capacidad de los actores involucrados para desarrollar actividades complementarias entre sí (Michael, 2007) y del compromiso de la comunidad local (Sáez, 2009), así como de las posibles repercusiones que de su desarrollo puedan recibir. Como en todo sistema hay que tener en cuenta que sus niveles de adaptación, flexibilidad y resiliencia facilitarán su permanencia en el tiempo.

2.2. Resiliencia y ciclo adaptativo

Los estudios territoriales recurren a menudo al concepto de resiliencia para abordar dos tipos de procesos: las respuestas dadas por los territorios a ciertos desastres coyunturales y la capacidad para afrontar e procesos de declive, con el fin de avanzar hacia una fase de desarrollo diferenciada, que combinará características heredadas y nuevas (Chien-Yu y Chin-Cheng, 2016).

Lew (2012, 2013) identifica tres posibles estrategias para paliar los efectos de los problemas y transformarlos en oportunidades de futuro en el desarrollo de un destino. Entre estos mecanismos se encuentra el enfoque transformacional (Davoudi *et al.*, 2012; Martin, 2012), basado en ciclos adaptativos ecológicos como modelo de resiliencia regional (Pendall *et al.*, 2010) (Figura 2). Éste ha sido el enfoque utilizado en nuestro trabajo para analizar los resultados relativos al grado de resiliencia a tres niveles: el territorio, el destino y la sostenibilidad del producto.



Fuente: Elaboración propia a partir de Holling y Gunderson (2002).

Según el enfoque del ciclo adaptativo, la resiliencia es dinámica en el tiempo y se expande y contrae a través de las cuatro fases sucesivas del ciclo: crecimiento o explotación (γ), caracterizado por nuevas oportunidades; conservación (K), que está asociada a la madurez de los destinos; la liberación (Ω), conceptualizada en el ciclo de vida del producto clásico (Butler, 1980; Suchet, 2015) como cuando el destino desaparece o se transforma para iniciar un nuevo ciclo, y la reorganización (α), fase con un alto grado de innovación y que conduce nuevamente a un escenario de crecimiento o desarrollo en la nueva lógica.

La resiliencia territorial turística está ligada a la capacidad de un destino para equilibrar y absorber impactos y crisis a partir de capacidades previamente desarrolladas: los recursos preexistentes, la forma de organizarse y sus estructuras. Mayor resiliencia implica un cambio menos drástico (Simmie y Martin, 2010). Un destino resiliente puede anticiparse a las crisis y trabajar los aspectos que le permitan reinventarse (Sancho y Gutiérrez, 2010).

El turismo cultural, en el cual se incluyen los festivales de música, a menudo se presenta como una estrategia resiliente, porque se entiende que involucra a las comunidades locales y colabora en la preservación y mejora del patrimonio y las tradiciones (Cánoves, *et al.*, 2017) aunque, sin la planificación adecuada, el desarrollo de un modelo turístico basado en el turismo cultural no está exento de problemas (Barrero y Jover, 2020). El turismo cultural ha sido definido desde diferentes perspectivas (Du Cros y McKercher, 2014; Smith, 2015; Chhabra y Kim, 2018). En este trabajo, se entiende como aquel turismo que incluye todas las actividades vinculadas a las expresiones culturales presentes en un territorio y se analiza como una herramienta de desarrollo local.

3. METODOLOGÍA

La metodología aplicada en este trabajo es mixta, combinando metodología cuantitativa y cualitativa, analizando diversos ejemplos de festivales que se realizan en el territorio del Empordà. Con el objetivo de comprender el fenómeno desde una perspectiva holística, se han considerado 76 indicadores (Vecco y Srakar, 2017) que se integran en tres escalas analíticas: territorio, destino y producto (Tabla 1).

Tabla 1
NÚMERO DE INDICADORES SEGÚN ESCALA ANALÍTICA

Territorio	Destino	Producto
- Económico (1) - Sociocultural (2) - Medioambiental*	- Flujos metabólicos (16) - Dinámicas sociales (32) - Medioambiente construido (12)	- Gestión del destino (7) - Flujo turístico (2) - Impacto sociocultural (2) - Impacto medioambiental (2)

Fuente: Elaboración propia. *Esta categoría no ha sido incluida en el presente trabajo.

La mayoría de estos indicadores son cuantitativos, resultado del análisis de datos extraídos esencialmente del Instituto Estadístico de Catalunya (IDESCAT), el Instituto Nacional de Estadística (INE) y del Sistema de Información Estadística Local de la

Diputación de Girona (XIFRA), aunque una parte de los indicadores del destino han sido calculados con datos obtenidos de la observación no participativa. La Figura 3 muestra los indicadores analizados para cada escala analítica. Los resultados obtenidos nos han permitido obtener una visión global de la situación del objeto de estudio en su contexto. No se pretende en este artículo presentar un análisis detallado de los diferentes indicadores. Por un lado, las limitaciones por la dificultad en la recogida de los datos necesarios para el cálculo de los indicadores no lo permiten (escalas geográficas diversas -local, comarcal, provincial, autonómica-, y datos publicados con diferente periodicidad). Por otro, además, el objetivo de analizar tal diversidad de información es el de reforzar nuestra comprensión del marco de acción de los actores vinculados a los festivales. De esta manera, a través de la toma en consideración de variables económicas, socioculturales, medioambientales y turísticas, se ha podido contextualizar el microclúster y valorar su sostenibilidad, así como el grado de resiliencia del territorio y del destino.

También se realizaron 15 entrevistas en profundidad semiestructuradas a informantes cualificados: organizadores de festivales (7), hoteleros (4), representantes de la Administración regional (2) y local (1) y del ámbito asociativo cultural (1). Se llevó a cabo un análisis de las transcripciones de las entrevistas basado en 25 conceptos clave (Cánoves *et al.*, 2014). La mayoría fueron predefinidos, aunque la lista fue completándose en fases iterativas del proceso analítico. Estas entrevistas fueron analizadas a través del software AtlasTi de análisis cualitativo y proporcionaron datos sobre:

- 1) El perfil de los promotores de festivales
- 2) La evolución de los festivales
- 3) La evolución de la región como destino turístico
- 4) Redes de actores y estrategias
- 5) Disparidades socio-territoriales y entre diferentes tipos de festivales
- 6) Otras cuestiones (internacionalización, anclaje en la comunidad local)

La triangulación de los resultados obtenidos del análisis de indicadores y del análisis temático de las entrevistas nos permitió situar el territorio, el destino y el producto en el ciclo adaptativo (Holling y Gunderson, 2002), una herramienta que permite comprender la trayectoria de un elemento que evoluciona consolidándose y reinventándose constantemente (Lew, 2017). El análisis global de los datos recogidos permite también extraer algunos factores interpretados como estructurantes para un territorio de las características del caso analizado.

4. RESULTADOS

Los resultados obtenidos en la reflexión realizada en torno a los festivales de música como oportunidades para crear productos de calidad basados en el turismo cultural que produzcan efectos positivos en la estructuración de un territorio han derivado en tres conclusiones básicas:

- 1) Los festivales constituyen herramientas potenciales de desarrollo local.
- 2) Los festivales facilitan la cooperación sostenible entre actores territoriales.
- 3) El modelo turístico predominante en la región analizada no es resiliente, pero los festivales contribuyen a reforzar las conexiones entre actores y a diversificar la economía local, dos factores que aumentan el grado de resiliencia.

Estas tres conclusiones orientan la estructura de este apartado de resultados que se inicia con la dimensión territorial de los festivales con relación al desarrollo local, desarrolla la idea del microclúster en torno al “producto” de los festivales de música y finaliza con la evaluación de la resiliencia del modelo turístico. Cada uno de los resultados descritos nos llevará a recoger condiciones y funciones que hemos identificado como propias de un producto estructurante para el territorio en el cual se desarrolla.

4.1. La dimensión territorial de los festivales, herramientas de desarrollo local

El Empordà, en la Costa Brava, es un territorio muy bien comunicado, fácilmente accesible desde la región metropolitana de Barcelona y desde el sur de Francia (Figura 3). La Costa Brava como destino turístico se ha consolidado especialmente gracias a su clima y sus playas (Pérez y Navas, 2014). Posee un rico patrimonio natural y cultural, bien difundido a través de una oferta cultural que históricamente incluye festivales de música. A pesar de estos recursos, la investigación realizada permitió identificar desigualdades entre el desarrollo turístico de las zonas costeras, periódicamente masificadas, y el de las zonas de interior, con menos infraestructuras y servicios y menor accesibilidad. La gran diversidad de recursos naturales, arqueológicos y patrimoniales de estos espacios de interior, sin embargo, han proporcionado los elementos necesarios para acoger estos festivales (Wu *et al.*, 2020).

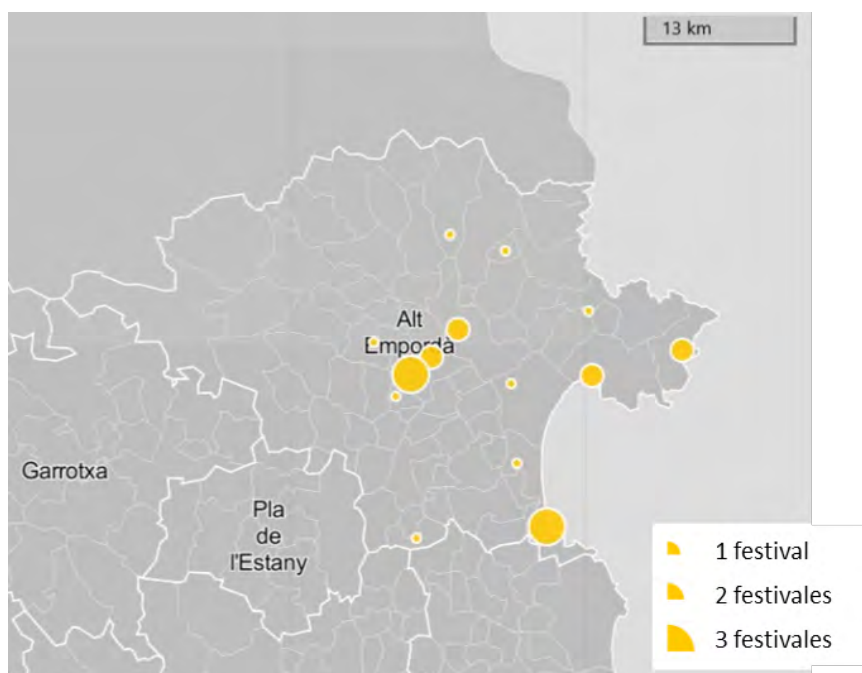
Figura 3
MAPA DE SITUACIÓN DEL EMPORDÀ Y LA COSTA BRAVA.



Fuente: Elaboración propia.

Durante el periodo de esta investigación (2010-2020), se ha constatado la voluntad de diferentes actores de la Costa Brava para intentar diversificar la oferta turística potenciando las zonas de interior, que durante mucho tiempo han quedado al margen del desarrollo turístico (Prat y Cánoves, 2012a; 2012b). En esta estrategia, los festivales de música de verano constituyen una oportunidad, ya que se desarrollan tanto en la costa como en el interior (Figura 4), aunque son más numerosos en la capital comarcal (Figueres) y en las ciudades costeras más visitadas (L'Escala, Rosas o Cadaqués).

Figura 4
DENSIDAD DE LOS FESTIVALES MUSICALES EN EL ALT EMPORDÀ



Fuente: Elaboración propia. Bases cartográficas: ICGC (2021).

Hemos podido constatar una evolución en la forma en que los actores vinculados a los festivales de música de la Costa Brava entienden la sostenibilidad durante los diez años analizados. Especialmente en el caso de los promotores de festivales, estos actores han pasado de concebir la sostenibilidad como una preocupación por la supervivencia de sus propios festivales en el tiempo, y en particular en un contexto que identificaban como saturado en términos de oferta, a ser conscientes de la importancia de pensar en el destino como conjunto, potenciando a través de cada festival la redistribución de los beneficios entre el mayor número posible de actores. El *verbatim* siguiente corresponde a una entrevista realizada a una representante de la administración provincial y resume la idea evocada:

“Muchos promotores de festivales entienden que el territorio y los recursos existentes son un valor añadido para sus conciertos [...]. También es muy interesante, sobre todo con festivales pequeños y medianos, que entiendan el tejido local y social involucrado, que tengan mucha gente participando. También negocios locales. Hay mucha complicidad [...]. Hacen mucho networking” (Técnica, Patronato).

En otras palabras, se ha identificado que existe una evolución entre las percepciones recogidas en 2011 y aquellas recogidas en 2019. En las entrevistas más recientes los promotores ya no perciben una saturación de festivales, como ocurría a principios de la década, sino que aseguran que el elevado número de festivales representa numerosas posibilidades para crear productos de calidad basados en el turismo cultural y para poder distribuir los beneficios generados por el turismo entre un máximo de actores del territorio. Los festivales, actualmente, no se conciben como eventos aislados que producen beneficios y visibilidad únicamente para el promotor o para el municipio donde se organizan durante el período específico de celebración. Ahora se explican como generadores de cohesión social y espacios de oportunidad para crear vínculos entre diferentes actores.

Esta idea, combinada con el perfil de los informantes entrevistados, todos vinculados al territorio ampurdanés, ya sea porque es su lugar de residencia, porque su familia es originaria de allí o porque es su lugar de trabajo —en el caso de la organización de festivales, los promotores implicados han estado vinculados con festivales de la zona a largo plazo, algunos durante más de 20 años—, nos ha llevado a interpretar que la presencia del actor en el territorio, su anclaje, su apoyo a otros actores endógenos y la capacidad de generar sinergias a nivel local constituyen factores potenciales para que estos eventos contribuyan a la articulación del territorio, sean una pieza más de su dinamismo, potenciando así el desarrollo local endógeno.

4.2. Microclúster en torno a los festivales de música

Por el número elevado de festivales celebrados en la Costa Brava cada verano, esta investigación se centró en aquellos festivales de música de verano que se celebran en la comarca del Alt Empordà. El número de festivales varía de año en año, no es siempre estable. Algunos festivales se crean cada año, otros pueden suspenderse temporalmente y volver más adelante y, de vez en cuando, alguno desaparece. Según los resultados obtenidos, la desaparición de un festival sucede por falta de apoyo financiero o administrativo o cuando pierden su sentido en el territorio.

Para mostrar la diversidad y longevidad del producto analizado, presentamos aquí la programación del verano de 2019, última edición previa a la pandemia de la COVID-19. En 2019, en el Alt Empordà, se celebraron en verano 22 festivales de música organizados en 15 municipios diferentes (Tabla 2). Las restricciones por la pandemia en relación con la movilidad y, especialmente, con la aglomeración de personas, hicieron que la gran mayoría de festivales fuesen suspendidos en el verano de 2020. No obstante, casi la totalidad reanudó su actividad en el verano de 2021. La rapidez con la que se reanudaron, incluso condicionados por las limitaciones sanitarias de aforo, porte de mascarilla y restricción en el servicio de comidas y bebidas, confirma el alto grado de consolidación de estos eventos en este territorio.

Tabla 2
FESTIVALES DE MÚSICA ORGANIZADOS EN EL ALT EMPORDA (2019)

Festival	Organización	Tipo de Organización	Año de creación-Última edición celebrada
Festival de música de Cadaqués	Ajuntament de Cadaqués	Público	1970-2022
Festival Castell de Peralada	Fundació Castell de Peralada	Privado	1988-2022
Festival de Música de Sant Pere Pescador	Ajuntament de Sant Pere Pescador	Público	1989-2022
Concerts Clàssics de l'Escala-Empúries	Associació Pau Casals	Asociativo	1993-2022
Schubertíada de Vilabertran	Associació Franz Schubert Barcelona	Asociativo	1993-2022
Jazz de Figueres	Juventuts Musicals de Figueres	Asociativo	1995-2022
Concerts del Claustre de Sant Domènec	Ajuntament de Peralada	Público	1996-2022
Festival de Sant Pere de Rodes	Opus Artis	Asociativo	2001-2022
Vespres Musicals de Vilafant	Ajuntament de Vilafant	Público	2001-2022
Acústica y Acustiqueta	Promo Arts Music	Privado	2003-2022
Trobada de Cantadors	La Fraternal Espollenca	Asociativo	2003-2022*
Festival de Guitarra Girona-Costa Brava	Plectrum Associació	Asociativo	2004-2022
Festival de vi i música de l'Empordà Sons del Món	Promo Arts Music	Privado	2006-2022
Portalblau. Músicas i Arts a la Mediterrània	Ajuntament de l'Escala, Museu d'Arqueologia de Catalunya (MAC), TEM Productions	Público	2008-2022
Jazzejada de Vilamaniscle	Ajuntament de Vilamaniscle	Público	2008-2022*
Cantautors a Camallera	Casa de la Cultura Camallera	Asociativo	2009-2019
Música al Castell de Llers	Fira Bruixa Llers	Asociativo	2014-2019
Concerts al Forum Romà d'Empúries	TEM Productions, Museu d'Arqueologia de Catalunya-Empúries	Público-Privado	2014-2020

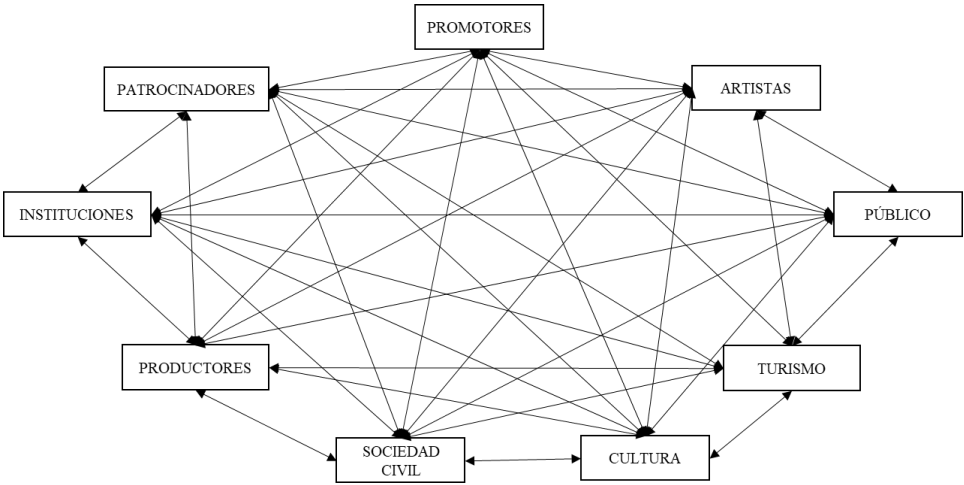
Festival	Organización	Tipo de Organización	Año de creación-Última edición celebrada
Estius a la plaça	Ajuntament de Vilabertran	Público	2015-2022*
Sona Estiu	Comerç de Figueres	Asociativo	2016-2019*
Gala Acústic	Gala Acústic	Privado	2017-2021
Música D’Nits	Ajuntament de Roses	Público	2016-2020

Fuente: Elaboración propia.

*Estos festivales fueron suspendidos por la pandemia en 2020 y no se celebraron en 2021.

Los festivales de música son experiencias socioculturales (Suntikul, 2018) en las que participan visitantes (Gannon *et al.*, 2019; Zhang *et al.*, 2019), residentes (Rasoolimanesh *et al.*, 2017), organizadores (Frost and Laing, 2015) y actores turísticos y territoriales (Adongo y Kim, 2018). Los festivales analizados en este caso de estudio son organizados por tres tipos de actores: actores públicos (ayuntamientos), privados (profesionales del espectáculo) o asociativos (asociaciones culturales) (Tabla 2). Su organización moviliza directa e indirectamente a otros actores. La concentración de todos estos actores y su capacidad de interacción nos permite analizarlos como un clúster (Figura 5). Las relaciones que se establecen entre ellos se expresan en diferentes niveles y grados de intensidad.

Figura 5
CLÚSTER DE ACTORES ALREDEDOR DEL “PRODUCTO” FESTIVALES DE MÚSICA DE LA COSTA BRAVA.



Fuente: Elaboración propia.

Los actores identificados fueron categorizados según sus funciones dentro del clúster (Tabla 3). Comprobamos que estos actores interactúan y generan dinámicas que van más allá de los festivales. Por ejemplo, es habitual que las actividades musicales vayan acompañadas de degustaciones de vinos y productos locales. El festival “Sons del Món” es especialmente conocido por ello. Este tipo de alianzas permite que los festivales ofrezcan un valor añadido y los productores de vinos y otros productos locales aprovechan esta oportunidad de promoción para llegar al mercado turístico y darse a conocer entre la población local. La Administración Regional, a través del Consorcio de Turismo (Patronato Girona-Costa Brava), promueve este tipo de iniciativas ya que supone una oportunidad para redistribuir los beneficios de los festivales entre sectores diversos del territorio y, como estas actividades complementarias funcionan durante todo el año, este tipo de efectos positivos duran más allá del periodo del festival. Por lo tanto, los festivales funcionan como polos de atracción que dinamizan otros sectores. Así es como pueden ayudar a incrementar el capital social de un destino (Stevenson, 2016), contribuyendo potencialmente al anclaje de su población.

Tabla 3
FUNCIONES DE LOS ACTORES DEL CLÚSTER ALREDEDOR DE LOS FESTIVALES DE MÚSICA ANALIZADOS

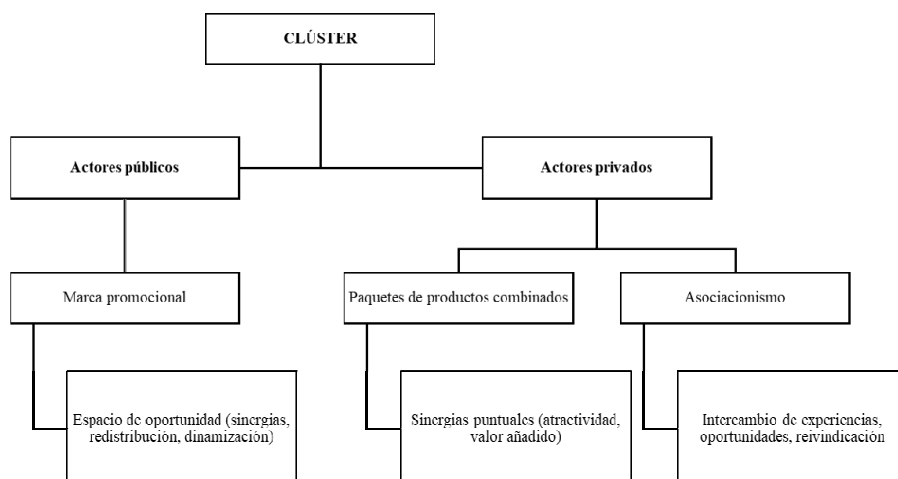
Actores*	Categoría	Funciones
Hoteleros, turoperadores, etc.	Turismo	Organización del sector turístico.
Cantantes, músicos	Artistas	Contenido de los festivales.
Museos, centros de exposición, profesionales del espectáculo	Cultura	Promoción cultural local/regional.
Productores de vinos, quesos, etc.	Productores	Producción y promoción del territorio.
Patronato Girona-Costa Brava, Consell Comarcal, Ayuntamientos, etc.	Instituciones	Normalización. Implementación de políticas. Facilitar la redistribución.
Empresas locales o grandes marcas comerciales	Patrocinadores	Apoyo financiero o material a los festivales.
Población de la región metropolitana de Barcelona, del Empordà, internacional (Francia), etc.	Público	Asistencia (real o potencial) a los conciertos y actividades organizadas y compromiso con el evento.

Fuente: Elaboración propia. *Lista no exhaustiva de los tipos de actores en cada categoría.

El clúster analizado incluye diferentes tipos de actores, conectados entre sí a través de estrategias que hemos categorizado. Siguiendo las categorías mencionadas anteriormente, hemos identificado estrategias impulsadas por tres tipos de actores: públicos y privados

y, dentro de los privados, una mención especial a los actores asociativos (Figura 6). Lógicamente, se han identificado estrategias directamente relacionadas con la organización de festivales (financiación, oferta). Sin embargo, como el objetivo de este artículo es establecer el carácter estructurante de las sinergias entre actores vinculados a los festivales en los territorios, los ejemplos de las estrategias aquí desarrolladas pretenden analizar los efectos que se producen más allá de cada festival: generación de relaciones sostenibles en el tiempo, redistribución, dinamización, atraktividad, valor añadido, intercambio de experiencias o incluso reivindicación de la importancia de la vida cultural en los territorios fuera de las grandes zonas urbanas.

Figura 6
EJEMPLOS DE ESTRATEGIAS IDENTIFICADAS EN EL CLÚSTER DE FESTIVALES DE MÚSICA DE VERANO



Fuente: Elaboración propia.

A lo largo de la investigación, se han analizado diferentes estrategias impulsadas por los actores públicos. Utilizaremos como ejemplo la Marca “Festivals”, identificada como una herramienta de creación de sinergias:

“Esta era la idea [de la marca promocional Costa Brava-Girona Festivals], que los festivales pudiesen colaborar con otros sectores. Hacer actividades deportivas paralelas, una ruta musical en bicicleta, o hacer catas, eso también lo hacemos, o conciertos en museos o en patios de museos, o en exposiciones... La idea es esta: que estos productos se combinen” (Técnica, Patronato).

Esta marca fue creada en 2014 por el Patronato de Turismo de Girona-Costa Brava. Nacido en el seno del “Club Cultura e Identidad”, trataba inicialmente de dar visibilidad a

los pequeños y medianos festivales, y profesionalizarlos para el turismo. Progresivamente, sirvió más bien para promocionar el destino en su conjunto a través de dos estrategias principales: por un lado, aprovechar el reconocimiento internacional de los grandes festivales para promocionar todo el destino y, por otro, facilitar la cooperación entre festivales y otras actividades en el territorio. El objetivo final se mantenía, redistribuyendo los beneficios lo más ampliamente posible.

Los actores privados también trabajan para generar sinergias, buscando ofrecer un producto más atractivo, mejorar la imagen del destino y ofrecer valor añadido para su oferta. Así, promotores de festivales y hoteleros, equipamientos culturales o servicios varios se ponen de acuerdo para ofrecer al público una oferta compuesta por una combinación de productos. Ésta es una de las estrategias promovidas por actores privados que han sido identificadas en este estudio:

“Está bien, tenemos un paquete. Los que quieran venir el fin de semana consiguen tarifas muy ventajosas en hoteles de alta gama, tienen entrada para visitar el Museo Dalí, el Museo del Juguete [en Figueres], una visita guiada por la ciudad. O sea, [...] mientras esperan que empiece el concierto, [...] tienen otras cosas que hacer” (Director de Festival).

Estos “packs” están organizados para ganar en atractivo. No eran una práctica generalizada en los primeros años del periodo objeto de la investigación. Hoy son facilitados por los espacios de oportunidad creados por la marca explicados anteriormente y las relaciones personales entre actores en un marco, sectorial o no. El caso de la Schubertiada de Vilabertran es destacable, ya que era uno de los pocos ejemplos de puesta en práctica de esta estrategia de los paquetes en 2011y, en 2019, se convirtió en un destino de viaje organizado por el turoperador inglés Martin Randall, especialista en turismo musical. La Schubertiada es, sin duda, un ejemplo de estrategia de internacionalización a través de la cual desarrolla su capacidad para dinamizar el territorio a través de las sinergias creadas con otros actores y sectores locales. Su reconocimiento internacional como un producto cultural musical de calidad es así puesto al servicio del desarrollo local.

En cuanto al sector asociativo, se han identificado diferentes estrategias de este sector como promotor de festivales. Aquí destacaremos una estrategia que va más allá de la organización práctica de los eventos: la articulación de los festivales como actores territoriales a través de una asociación que representa sus intereses. Existe en Cataluña una asociación de pequeños y medianos festivales que agrupa a promotores de festivales de todo el territorio con menos de 10.000 espectadores. Sus objetivos son compartir experiencias y defender colectivamente sus intereses. Tienen una dimensión muy política, pues reivindican la importancia de los festivales de música como actores esenciales en la vertebración de los territorios:

“[La función social de los festivales] es la capacidad de unir un territorio. Actuamos como generadores de cohesión social. [...] Un país no puede sobrevivir teniendo toda la vida cultural sólo en [la capital]. Cuando esta actividad se dispersa y consolida, estructura el país. [...] Los festivales están ubicados en un

lugar y no en otro. [...] Producimos eventos muy específicos, [...] organizados localmente, estos organizadores [...] son de aquí y conocen perfectamente la especificidad de este territorio [...]. Así, generan cohesión social, porque todos quieren participar de una forma u otra” (Director de Festival).

Este testimonio, vinculado a la estrategia mencionada, defiende los festivales como herramientas de cohesión territorial, porque, según su experiencia, contribuyen a descentralizar la actividad cultural, tradicionalmente instalada en las grandes ciudades. Este *verbatim* reitera la idea de que los festivales están anclados en un lugar y movilizan a los actores locales de ese lugar, fortaleciendo así las relaciones entre ellos y beneficiando al territorio en sentido amplio.

Cabe indicar que, en el momento de realización de las entrevistas, ninguno de los festivales indicados en la Tabla 1, pertenecían a esta asociación, aunque sí que están vinculados algunos organizadores a través de otros festivales que organizan en el Baix Empordà y que, en ocasiones, pueden incluir algún concierto en municipios del Alt Empordà, como L'Escala. Nuestra hipótesis respecto a este punto era que los festivales organizados en el territorio analizado han quedado hasta el momento fuera de esta estrategia por estar muy vinculados al sector turístico, al ser esta zona un destino maduro. El actor entrevistado descarta cualquier razón vinculada a esta cuestión y piensa que la razón más probable sea que la asociación no se haya dado a conocer suficientemente:

“Esto es porque no nos conocen, o porque no hemos sabido nosotros llegar allí [...]. Claro, no hemos [...] hecho un trabajo de captación de socios exhaustivo. Hemos captado socios de manera natural. Natural quiere decir que montamos actividades, nos vamos moviendo, cada vez somos más socios y ya. [...] Nosotros no hemos hecho esta tarea [de captación activa], por [...] disponibilidad, ¿eh? No porque no queramos hacerlo” (Director de Festival).

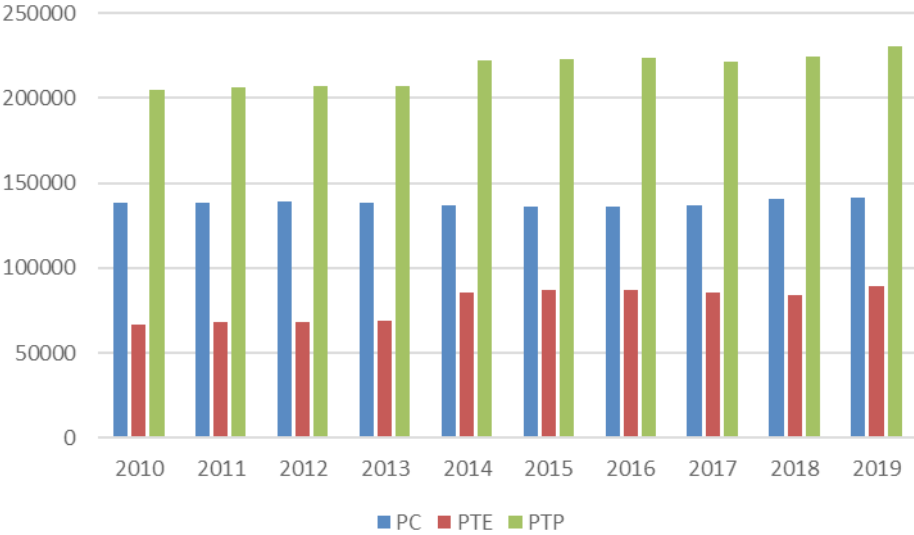
Este análisis de los clústeres de actores en torno al “producto” de los festivales de música introduce nuevos factores que potencialmente pueden contribuir a la función estructurante de los festivales sobre el territorio: la capacidad de organizar relaciones, la capacidad de atraer, la de promover la participación de la población local, la proximidad y la capacidad de descentralizar, promoviendo así una mejor distribución de servicios y oportunidades fuera de las áreas más densamente pobladas.

4.3. Resiliencia del modelo turístico

Según el análisis de indicadores realizado, en general, la situación económica de la región analizada se encontraba a finales del periodo 2010-2014 en proceso de recuperación frente a los efectos de la crisis financiera de 2008. A pesar de todo, se mostraba una población más envejecida (+2,8%) y la capacidad adquisitiva seguía siendo reducida, según indican, por ejemplo, la evolución del IPC (+7,7) y de la renta disponible bruta de los hogares per cápita (-25,4%). La economía y el empleo aparecen altamente dependientes del sector terciario, tal como muestra el análisis del peso de los diferentes sectores: el

industrial (6,7% de las empresas), el de la construcción (14,3%) y los servicios (77,4%). Esta dependencia es particularmente importante respecto a la actividad turística, según el análisis realizado sobre la evolución de la población censada (PC), de la población turística equivalente (PTE), calculada en base a las plazas turísticas en todos los tipos de alojamiento y su grado de ocupación, y de la población total presente (PTP), que corresponde al total de población en el territorio contando la PC y la PTE (Figura 7).

Figura 7
POBLACIÓN CENSADA (PC), POBLACIÓN TURÍSTICA EQUIVALENTE (PTE) Y POBLACIÓN TOTAL PRESENTE (PTP)



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de IDESCAT y XIFRA.

Durante la segunda parte de la década (2015-2019), la población continuó envejeciendo (+5,7%), pero la situación económica mejoró tras la crisis, según muestra el IPC (-2,5) y la RFBD (+2,2%). Aunque se mantiene la dependencia respecto al sector servicios (78,4% de las empresas), se han identificado estrategias encaminadas a diversificar la economía, fortalecer las conexiones entre sectores económicos (como la promoción de productos locales mediante el turismo) y entre actores, como se ha explicado en el punto anterior. El análisis realizado a partir de los datos obtenidos de las entrevistas permitió identificar una mayor voluntad de desarrollar el destino como conjunto, en lugar de desarrollar cada negocio o sector de forma independiente. Efectivamente implementadas, este tipo de estrategias pueden aumentar el grado de resiliencia. Este resultado se ha obtenido en los tres niveles de análisis: el territorio, el destino y el producto.

Como se ha indicado anteriormente, los festivales de música analizados son percibidos por los actores territoriales en los resultados más recientes como productos de calidad en

la oferta de turismo cultural del destino. También se perciben como recursos culturales enraizados en la historia del territorio, que pueden jugar un papel en la transformación del actual modelo turístico predominante, basado en el sol y la playa, hacia un modelo más diversificado y adaptado a todas las características del territorio:

“[...] por un turismo de calidad, una apuesta por gente que va más allá del sol y playa” (Hotelero).

Sin embargo, en el caso de los municipios directamente situados en la costa, los festivales parecen seguir funcionando como un complemento del turismo de playa, contribuyendo más a la diversificación espacial del turismo (no todos los atractivos se concentran en la costa) que a la evolución hacia un modelo con menos masificación y más resiliente:

“Y hay un loco que coge el avión desde Londres y se instala en un hotel de estos, y se queda cuatro o cinco días, y vuelve a Londres rojo como una gamba porque ha ido a la playa y todo esto, pero ha disfrutado de los conciertos” (Director de Festival).

Basándonos en todos estos resultados, hemos situado el *territorio*, el *destino* y el *producto* en cada una de las etapas correspondientes del ciclo adaptativo (Holling y Gunderson, 2002):

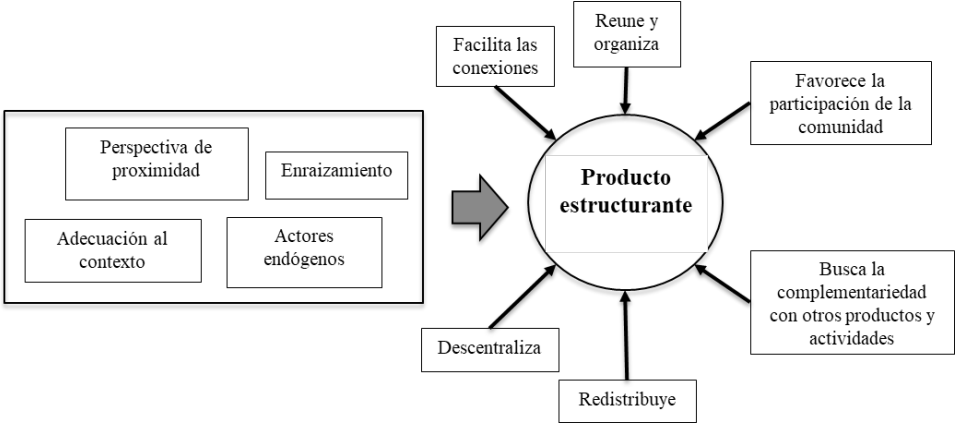
- 1) *Territorio*: Tras el periodo de crisis (2010-2014) todos los indicadores muestran una progresión desde la fase de liberación (Ω) (2010-2014) a la fase de crecimiento (γ) (2015-2019).
- 2) *Destino*: La progresión es mínima y la Costa Brava se mantiene al final de la fase de conservación (K) a lo largo del periodo analizado. Si bien los actores entrevistados son conscientes de la cronificación del modelo turístico predominante y expresan que es necesario implementar estrategias basadas en la calidad y la sustentabilidad para reinventarse, estas transformaciones requieren tiempo porque el modelo existente basado en el turismo de sol y playa está bien asentado.
- 3) *Producto*: El objetivo de este estudio no es comprender la evolución de un festival en particular. Los festivales se analizan aquí como un producto presente en este territorio desde hace décadas, que históricamente ha funcionado como vector de imagen e identidad del Empordà y de la Costa Brava y que ha sido utilizado como herramienta de desarrollo local, en particular por parte de los actores públicos (diputación, ayuntamientos). Con una mejor organización del sector a través de las estrategias consolidadas dentro del clúster y el mayor grado de diversificación de actores involucrados en este producto a lo largo de la década analizada, este producto avanza en el ciclo adaptativo de la fase de liberación (Ω) (2010-2014) hasta la fase de reorganización (α) (2019).

A partir del análisis entorno a la resiliencia y la reflexión sobre la posición de los tres niveles de análisis sobre el ciclo adaptativo, identificamos nuevos factores relacionados con la función estructurante de los festivales en los territorios: su adecuación al contexto,

su capacidad para aumentar la conectividad y las oportunidades, y su complementariedad con otros productos y actividades para garantizar que no exista una dependencia excesiva en este producto.

La Figura 8 recoge el conjunto de condiciones y funciones identificadas como existentes en el producto analizado y percibidas como fortalezas para que un producto turístico y el microclúster generado en relación con dicho producto sean estructurantes para los territorios en los que se desarrollan.

Figura 8
CONDICIONES Y FUNCIONES DE UN PRODUCTO ESTRUCTURANTE



Fuente: Elaboración propia.

5. CONCLUSIONES

Este artículo ofrece una reflexión sobre el potencial de los festivales de música como herramientas de desarrollo local, desde el punto de vista de las sinergias de los actores presentes en el microclúster en torno al producto como elemento de resiliencia turística. Se ha analizado el caso del Alt Empordà, en la Costa Brava, para comprender si los festivales de música, como productos turísticos y culturales, tienen un efecto estructurador en los territorios donde se organizan, analizando la naturaleza de las relaciones y las convergencias existentes. A partir de una aproximación cualitativa y cuantitativa, se valoró la situación del territorio, del destino y del producto en el ciclo adaptativo, lo que nos permitió también reflexionar en términos de resiliencia. Finalmente, pudimos modelar los factores considerados para definir estos productos como productos estructurantes que articulan los territorios.

Desde el punto de vista de la dimensión territorial, nuestros resultados indican que la perspectiva de proximidad, el anclaje de un producto en su territorio, la adecuación al contexto en el que se desarrolla y el papel de los actores endógenos (tanto en la organización como en la planificación, o incluso en su consumo) condicionan las capacidades

estructurantes de un producto. El grado de resiliencia del territorio y del destino pueden verse beneficiados por los efectos de esta estructuración. Encontramos que, en el territorio del Alt Empordà, estos efectos estructuradores son más evidentes y cruciales en las zonas situadas en el interior que en la costa, donde los festivales siguen siendo promovidos como un complemento del turismo de playa.

Por otra parte, el concepto de microclúster se ha confirmado como una oportunidad para comprender las redes de actores, sus relaciones y la naturaleza del capital social de un territorio. Además, ha constituido una herramienta útil para el análisis del diseño y de la adopción de estrategias y respuestas de los actores involucrados desde un enfoque de resiliencia. A lo largo del periodo analizado se ha podido comprobar como dichos microclústeres han evolucionado. Actualmente, los beneficios que aportan las diversas sinergias de cooperación y complicidad entre los agentes implicados en el producto turístico van más allá de la experiencia concreta de cada festival. Se muestran como una realidad compleja, flexible y adaptable que puede aportar sinergias sostenibles en el tiempo. De esta manera, se mejora la redistribución, el dinamismo, el intercambio y la reivindicación de rasgos característicos que proporcionan una experiencia turística atractiva y diferenciada. Las dinámicas existentes parecen ser muy valoradas por los agentes implicados, tanto públicos, privados, como desde el sector asociativo.

A lo largo de la investigación también se ha observado que sería interesante, para futuros trabajos, centrarse en el análisis de qué actores y perfiles están subrepresentados, o de las funciones invisibilizadas a la hora de modelizar el clúster. Podría ser de utilidad reflexionar sobre cómo las relaciones jerárquicas se desarrollan en el seno del clúster y qué grado de importancia conferimos desde la academia a las diferentes funciones en su seno. Aplicar la perspectiva de género y la interseccionalidad al análisis podría generar conocimiento muy valioso sobre proyectos impulsados por mujeres, trabajo femenino, redes y relaciones, con las instituciones y entre actores. La existencia de espacios de encuentro o de interacción alternativos, extraoficiales, o la comprensión que cada tipo de actor desarrolla sobre su legitimidad a la hora de formar parte del clúster son también cuestiones interesantes.

Para concluir, este estudio se circunscribe a un contexto territorial y turístico muy particular. Los festivales de música, por su historia, son ejemplos relevantes para el estudio de la Costa Brava, seguramente otras áreas cuentan con productos propios, enraizados y relevantes, para reflexionar sobre la necesidad de planificar adecuadamente el turismo en áreas con un desarrollo turístico desigual según la zona (litoral o de interior, urbano o de montaña). Asimismo, los indicadores utilizados son relevantes para el contexto catalán, pero pueden requerir ser repensados en otros territorios, con el objetivo compartido de realizar un análisis holístico al servicio de territorios más diversificados y resilientes.

Declaración responsable: Las autoras declaran que no existe ningún conflicto de interés en relación con la publicación de este artículo. Tanto el diseño general del mismo, así como el apartado de resultados, el análisis de las fuentes de información, la aplicación metodológica y las decisiones al respecto de la redacción del texto y revisión bibliográfica han sido responsabilidad de ambas autoras.

6. BIBLIOGRAFÍA

- ADONGO, R. y KIM, S. (2018): «Whose festival is it anyway? Analysis of festival stakeholder power, legitimacy, urgency, and the sustainability of local festivals», *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 26 (11), pp. 1.863-1.889. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1514042>
- ALTENBURG, T. (2001): *La promoción de clústeres industriales en América Latina* (Serie Proyecto Focopyme Publicaciones). Buenos Aires, Cooperación Técnica Alemana para el Desarrollo (gtz). Recuperado de https://www.die-gdi.de/uploads/media/serie_focopymes_no_1.pdf
- AMAT, X. (2013): *La resiliencia del territorio alicantino*. Tesis Doctoral, Universidad de Alicante. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/34761>
- BAO, S. y BLANCO, F. (2014): «Modelos de formación de clústeres industriales: revisión de las ideas que los sustentan», *Revista Galega de Economía*, vol. 23 (2), pp. 179-198. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/391/39138754009.pdf>
- BARBOSA, M.A.C. y ZAMBONI, R.A. (2001): *La formación de un clúster en torno al turismo de naturaleza sustentable en Bonito, Brasil*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Naciones Unidas. Desarrollo Productivo 83.
- BARRERO, R. y JOVER, J. (2020): «Paisajes de La turistificación: Una aproximación metodológica a través del caso de Sevilla», *Cuadernos Geográficos*, vol. 60 (1), pp. 13-34. <https://doi.org/10.30827/cuadgeo.v60i1.13599>
- BELUSSI, F. y SEDITA, S. (2009): «Life cycle vs. multiple path dependency in industrial districts», *European Planning Studies*, vol. 17, pp. 505-528. <https://doi.org/10.1080/09654310802682065>
- BLANCO-ROMERO, A. y BLÁZQUEZ-SALOM, M. (2021): «Domesticar el turismo. La proximidad, la mejor vacuna», en Cañada, E. e Izcarra Conde, C. (Eds.) *Turismos de proximidad, un plural en disputa*. Barcelona, Icaria Editorial, pp. 59-67.
- BLANCO-ROMERO, A., BLÁZQUEZ-SALOM, M., DE LA CALLE, M., FERNANDEZ, A., GARCÍA, M., LOIS, R., MÍNGUEZ, M.C., NAVALÓN, R., NAVARRO, E. y TROITIÑO, L. (2020): *Diccionario de Turismo*. Madrid, Cátedra.
- BORONAT, M. y PUIG-DENIA, A. (2020): «Cooperación en destinos y economía circular». *Economía Industrial*, nº 418, pp. 125-132. Recuperado de: <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/418/Boronat%20y%20Puig.pdf>
- BOSCHMA, R. y FORNAHL, D. (2011): «Clúster evolution and a roadmap for future research», *Regional Studies*, vol. 45, pp. 1.295-1.298. <https://doi.org/10.1080/00343404.2011.633253>
- BOSCHMA, R. y WENTING, R. (2007): «The spatial evolution of the British automobile industry: does location matter?», *Industrial and Corporate Change*, vol. 16, pp. 213-238. <https://doi.org/10.1093/icc/dtm004>
- BRENNAN-HORLEY, C., CONNELL, J. y GIBSON, C. (2007): «The Parkes Elvis Revival Festival: Economic Development and Contested Place Identities in Rural Australia», *Geographical Research*, vol. 45 (1), pp. 71-84. <https://doi.org/10.1111/j.1745-5871.2007.00429.x>

- BRENNER, T. (2004): *Local Industrial Clusters: Existence, Emergence and Evolution*. Londres, Routledge.
- BUTLER, R.W. (1980): «The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources», *The Canadian Geographer/Le Géographe canadien*, vol. 24 (1), pp. 5-12. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>
- BUTLER, R.W. (2012): «Mature tourist destinations: can we recapture and retain the magic?», en Vera, J.F. y Rodríguez, I. (Eds.) *Renovación y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras: marco de análisis, procesos, instrumentos y realidades*. Valencia, Publicacions de la Universitat de València pp. 19-36.
- CÁNOVES, G., VILLARINO, M., BLANCO-ROMERO, A., DE UÑA, E. y ESPEJO, C. (2014): *Turismo de interior: renovarse o morir*. Valencia, Servei de Publicacions de la Universitat de València.
- CÁNOVES, G., BLANCO-ROMERO, A., PRAT, J.M. y VILLARINO, M. (Eds.) (2017): *Turismo de interior en España. Productos y dinámicas territoriales*. Valencia, Servei de Publicacions de la Universitat de València.
- CHHABRA, D. y KIM, E.G. (2018): «Brand authenticity of heritage festivals», *Annals of Tourism Research*, vol. 68, pp. 55-57. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.11.007>
- CHIEN-YU, T. y CHIN-CHENG, N. (2016): «Vulnerability, resilience, and the adaptive cycle in a crisis-prone tourism community», *Tourism Geographies*, vol. 18 (1), pp. 80-105. <https://doi.org/10.1080/14616688.2015.1116600>
- COOPER, C., FLETCHER, J., FYALL, A., GILBERT, D. y WANHILL, S. (2008): *Tourism: Principles and Practice*. Pearson Education.
- CRESPO, J. (2011): «How emergence conditions of technological clusters affect their viability? Theoretical perspectives on cluster life cycles», *European Planning Studies*, vol. 19, pp. 2.025-2.046. <https://doi.org/10.1080/09654313.2011.633824>
- DAVOUDI, S., SHAW, K., HAIDER, L.J., QUINLAN, A.E., PETERSON, G. D., WILKINSON, C., FÜNFELD, H., MCEVOY, D. y PORTER, L. (2012): «Resilience: A bridging concept of a dead end?», *Planning Theory and Practice*, vol. 13 (2), pp. 299-333. <https://doi.org/10.1080/14649357.2012.677124>
- DIAZ-SORIA, I., BLANCO-ROMERO, A. y CÁNOVES, G. (2014): «Empordà music festivals as tourism diversification tools», *International Journal of Event and Festival Management*, vol. 5 (1), pp. 297-310. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-11-2013-0036>
- DU CROS, H. y MCKERCHER, B. (2014): *Cultural Tourism*. Londres, Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203790601>
- FROST, W. y LAING, J. (2015): «Avoiding burnout: the succession planning, governance and resourcing of rural tourism festivals», *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 23, pp. 8-9. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1037841>
- GALLELLI, A. (2016): «Social Structure and Cultural Production: An Empirical Analysis of Festivals' Networks», *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, vol. 46, pp. 34-46. <https://doi.org/10.1080/10632921.2015.1131217>
- GANNON, M., TAHERI, B. y OLYA, H. (2019): «Festival quality, self-connection, and bragging», *Annals of Tourism Research*, vol. 76, pp. 239-252. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.04.014>

- GÓMEZ, J., TORRES, J.C. y MIGUEL VELASCO, A. E. (2017): «El clúster turístico de un destino cultural en México: Su ciclo de vida y la red de actores», *Cuadernos de Turismo*, nº 39, pp. 265-285. <https://doi.org/10.6018/turismo.39.290531>
- HERRERO, L., SANZ, J.A. y DEVESA, M.J. (2011): «Measuring the economic value and social viability of a cultural festival as a tourism prototype», *Tourism Economics*, vol. 17 (3), pp. 639-653. <https://doi.org/10.5367/te.2011.0057>
- HERVAS-OLIVER, J.L., SEMPERE-RIPOLL, F. y BORONAT-MOLL, C., (2014): «Process innovation strategy in SMEs, organizational innovation and performance: a misleading debate?», *Small Business Economics*, vol. 43, no 4, pp. 873-886. <https://doi.org/10.1007/s11187-014-9567-3>
- HOLLING, C.S. y GUNDERSON, L.H. (2002): «Resilience and adaptive cycles», en Gunderson, L. y Holling, C.S. (eds.) *Panarchy: Understanding Transformations in Human and Natural Systems*. Island Press, pp. 25-62.
- HUNTER, C. (2002): «Sustainable tourism and the touristic ecological footprint», *Environment, Development and Sustainability*, vol. 4 (1), pp. 7-20. <https://doi.org/10.1023/A:1016336125627>
- INTERNATIONAL COUNCIL for SCIENCE (ICSU) (2017): *A Guide to “SDG” Interactions: From Science to Implementation*. International Council for Science (ICSU). <https://council.science/wp-content/uploads/2017/05/SDGs-Guide-to-Interactions.pdf>
- IORDACHE, C., CIOCHINĂ, I. y ASANDEI, M. (2010): «Clusters – Tourism Activity Increase Competitiveness Support». *Theoretical and Applied Economics*, vol. XVII, nº 5 (546), pp. 99-112. Recuperado de: <http://www.store.ectap.ro/articole/470.pdf>
- IVARS, J.A., VERA, J.F. y ACEBAL, A. (2014): «Políticas de innovación en turismo y desarrollo de clusters: la percepción gerencial en el programa Agrupaciones Empresariales Innovadoras (AEIs)». *Cuadernos de Turismo*, nº 33, pp. 97-120. Recuperado de: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/195671>
- LEW, A. (2012): *Sustainability, Life Cycles and resilience*. Conference. Nanjing (China), Nanjing University, 13th November.
- LEW, A. (2013): «Scale, Change and Resilience in Community Tourism Planning», *Tourism Geographies*, vol. 16 (1), pp. 14-22. <https://doi.org/10.1080/14616688.2013.864325>
- LEW, A. (21 enero 2017): «Modeling the Resilience Adaptive Cycle». *Collaborative for Sustainable Tourism and Resilient Communities Blog*. <http://www.tourismcommunities.com/blog/modeling-the-resilience-adaptive-cycle>
- MCCORMICK, D. (1999): «African enterprise clusters and industrialization: Theory and reality», *World Development*, vol. 27 (9), pp. 1.531-1.551. [https://doi.org/10.1016/S0305-750X\(99\)00074-1](https://doi.org/10.1016/S0305-750X(99)00074-1)
- MAHON, M. y HYYRYLÄINEN, T. (2019): «Rural Arts Festivals as Contributors to Rural Development and Resilience», *Sociologia Ruralis*, vol. 59, pp. 612-635. <https://doi.org/10.1111/soru.12231>
- MARTIN, R. (2012): «Regional economic resilience, hysteresis and recessionary shocks», *Journal of Economic Geography*, vol. 12, pp. 1-32. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbr019>
- MARTIN, R. y SUNLEY, P. (2011): «Conceptualizing Cluster Evolution: Beyond the Life Cycle Model?», *Regional Studies*, vol. 45 (10), pp. 1.299-1.131. <https://doi.org/10.1080/00343404.2011.622263>

- MAZZONI, F. (2020): «Circular Economy and Eco-Innovation In Italian Industrial Clusters. Best Practices from Prato Textile Cluster», *Insights Into Regional Development*, vol. 2 (3), pp. 661-676. [http://doi.org/10.9770/IRD.2020.2.3\(4\)](http://doi.org/10.9770/IRD.2020.2.3(4))
- MENZEL, M-P. y FORNAHL, D. (2010): «Cluster life cycles: dimensions and rationales of cluster development», *Industrial and Corporate Change*, vol. 19 (1), pp. 205-238. <https://doi.org/10.1093/icc/dtp036>
- MICHAEL, E.J. (2007): «Micro-clusters in Tourism», en Michael, E.W. (Ed.) *Micro-clusters and networks. The growth of tourism*, Elsevier, pp. 33-42).
- MOREIRA, M.; PREVOT, R. y SEGRE, L.M. (2010): «¿Cuál es el papel del turismo en el desarrollo local? Un análisis crítico del clúster turístico de Santa Teresa- RJ. Brasil». *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 19 (5), pp. 812-834. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180717609013>
- MUÑOZ, A. (2021): «Cooperación y economía solidaria en el turismo patrimonial con comunidades indígenas en Atacama», *Turismo y Patrimonio*, vol. 17, pp. 9-27. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2021.n17.01>
- NAGY, A. y NAGY, H. (2013): «The importance of festival tourism in the economic development of Hungary», *Vise grad journal on bioeconomy and sustainable development*, vol. 2 (2), pp. 57-59. <https://doi.org/10.2478/vjbsd-2013-0011>
- NOVELLI, M., SCHMITZ, B. y SPENCER, T. (2006): «Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience», *Tourism Management*, vol. 27 (6), pp. 1.141-1.152. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.11.011>
- ORTIZ, J.S., CANCINO, S.E. y CANCINO, G.O. (2020): «Potencialidad del clúster turístico en el municipio de Pamplona, región nororiental de Colombia», *Anuario Turismo y Sociedad*, vol. 26, pp. 111-125. Recuperado de: <https://revistas.ueexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/6268/8193>
- O'SULLIVAN, D. y JACKSON, M.J. (2002): «Festival Tourism: A Contributor to Sustainable Local Economic Development?», *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 10 (4), pp. 325-342. <https://doi.org/10.1080/09669580208667171>
- PARRA, E. y SANTANA, A. (2011): «Innovación en modelos organizativos: Un análisis a través de los Clúster de Turismo Españoles», *Papeles de Economía*, nº 128, pp. 254-265. Recuperado de: https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS_PEE/128art18.pdf
- PEARCE, D.G. (2012): *Frameworks for Tourism Research*. CABI.
- PENDALL, R., FOSTER, K. y COWELL, M. (2010): «Resilience and Regions: Building Understanding of the Metaphor», *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, vol. 3 (1), pp. 71-84. <https://doi.org/10.1093/cjres/rsp028>
- PORTER, M.E. (2000): «Location, Competition and economic Development: local Clusters in a Global Economy», *Economic Development Quarterly*, vol. 14 (1), pp. 15-34. <https://doi.org/10.1177/089124240001400105>
- PRAT, J.M. y CÁNOVES, G. (2012a): «Costa Brava Culinary Tourism Routes and Relational Dynamics», *International Journal of Tourism Sciences*, vol. 12 (3), pp. 47-68. <https://doi.org/10.1080/15980634.2012.11434663>

- PRAT, J.M y CÁNOVES, G. (2012b): «El turismo cultural como oferta complementaria en los destinos de litoral: El caso de la Costa Brava (España)», *Investigaciones Geográficas*, Universidad Nacional Autónoma de México, n° 79, pp. 119-135.
- PRENTICE, R. y ANDERSEN, V. (2003): «Festival as a creative destination», *Annals of Tourism Research*, vol. 30 (1), pp. 7-30. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00034-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00034-8)
- RASOOLIMANESH, S.M., JAAFAR, M. y BARGHI, R. (2017): «Effects of Motivation, Knowledge and Perceived Power on Residents' Perceptions: Application of Weber's Theory in World Heritage Site Destinations», *International Journal of Tourism Research*, vol. 19, pp. 68-79. <https://doi.org/10.1002/jtr.2085>
- RINALDI, A. y SERGIO, S. (2018): «Events and the Governance of the Territory: The Festival "La Notte della Taranta" in Apulia, Italy», *Journal of Tourism and Hospitality Management*, vol. 6, pp. 281-290. <https://doi.org/10.17265/2328-2169/2018.12.003>
- SÁEZ, A. (2009): «Los micro-clústeres turísticos ¿una herramienta para el desarrollo turístico en zonas rurales deprimidas?», *Semestre Económico*, vol. 12 (24), pp. 57-68.
- SANCHO, A. y GUTIÉRREZ, C. (2010): «¿Crisis del sector turístico? Una actitud resiliente hacia la sostenibilidad», en *4th Latin American Congress of Tourism Research*. Montevideo (Uruguay), September 22-24.
- SHARPE, E. (2008): «Festivals and social change: Intersections of pleasure and politics at a community music festival», *Leisure Sciences*, vol. 30 (3), pp. 217-234. <https://doi.org/10.1080/01490400802017324>
- SIMMIE, J. y MARTIN, R. (2010): «The economic resilience of regions: towards an evolutionary approach», *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, vol. 3, pp. 27-43. <https://doi.org/10.1093/cjres/rsp029>
- SMITH, M. (2015): *Issues in Cultural Tourism Studies*. Routledge. (3rd ed.).
- STEVENSON, N. (2016): «Local festivals, social capital and sustainable destination development: experiences in East London», *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 24 (7), pp. 990-1.006. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1128943>
- SUCHET, A. (2015): «Pour en finir avec Butler (1980) et son modèle d'évolution des destinations touristiques. Le cycle de vie comme un concept inadapté à l'étude d'une aire géographique», *Loisir et Société*, vol. 38 (1), pp. 7-19. <https://doi.org/10.1080/07053436.2015.1006956>
- SUIRE, R. y VICENTE, J. (2009): «Why do some places succeed when others decline? A social interaction model of cluster viability», *Journal of Economic Geography*, vol. 9 (3), pp. 381-404. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbn053>
- SUNTIKUL, W. (2018): «Cultural sustainability and fluidity in Bhutan's traditional festivals», *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 26 (12), pp. 2.102-2.116. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1533021>
- TINSLEY, R. y LYNCH, P. (2001): «Small tourism business network and destination development», *International Journal of Hospitality Management*, vol. 20 (4), pp. 367-378. [https://doi.org/10.1016/S0278-4319\(01\)00024-X](https://doi.org/10.1016/S0278-4319(01)00024-X)
- TOBELEM, J.M. y THURIOT, F. (2019): «Qu'est-ce qu'un équipement culturel structurant?», *Revue Marketing Territorial*, vol. 2. <http://publis-shs.univ-rouen.fr/rmt/index.php?id=282>

- VARISCO, C. (2004): «El clúster turístico de Miramar», *Aportes y Transferencias*, vol. 2, pp. 61-88. Recuperado de: <http://nulan.mdp.edu.ar/290/1/Apo2004a8v2pp61-88.pdf>
- VECCO, M. y SRAKAR, A. (2017): «Blue notes: Slovenian jazz festivals and their contribution to the economic resilience of the host cities», *European Planning Studies*, vol. 25 (1), pp. 107-126. <https://doi.org/10.1080/09654313.2016.1272548>
- VIR SINGH, T., THEUNS, H.L. y GO, F.M. (1989): *Towards appropriate tourism: the case of developing countries*. Peter Lang.
- WANG, L., MADHOK, A. y LI, S.X. (2013): «Agglomeration and clustering over the industry life cycle: toward a dynamic model of geographic concentration», *Strategic Management Journal*, vol. 35 (7), pp. 995-1.012. <https://doi.org/10.1002/smj.2141>
- WEIDENFELD, A., BUTLER, R. y WILLIAMS, A.W. (2011): «The role of clustering, cooperation and complementarities in the visitor attraction sector», *Current Issues in Tourism*, vol. 14 (7), pp. 595-629. <https://doi.org/10.1080/13683500.2010.517312>
- WU, S., LI, Y., WOOD, E.H., SENAUX, B. y DAI, G. (2020): «Liminality and festivals—Insights from the East». *Annals of Tourism Research*, vol. 80, p. 102810. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102810>
- YANG, Y. (2012): «Agglomeration density and tourism development in China: An empirical research based on dynamic panel data model», *Tourism Management*, vol. 33 (6), pp. 1.347-1.359. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.12.018>
- YUBERO, C. (2019): *Periferias turísticas rurales: transferencias, redes y actores. Los casos de la Sierra de Albarracín (Teruel) y la Comarca de Las Vegas (Madrid)*. Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/id/eprint/58193/>
- ZHANG, C.X., FONG, L.H.N. y LI, S. (2019): «Co-creation experience and place attachment: Festival evaluation», *International Journal of Hospitality Management*, vol. 81, pp. 193-204. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.04.013>