

ENTRE PISTAS DE BAILE, PERFORMANCES Y NEW MEDIA ARTS.

**La escena de Festivales de Música Electrónica y Artes Digitales
(EMDAF) en el sur de Europa.**

Tesis doctoral presentada por:

José Luis Reyes Criado

Dirigida por:

María Luisa Bellido Gant

Paolo Magaudda

Tesis en cotutela internacional

Programa de Doctorado en Historia y Artes, Universidad de Granada

Programa de Doctorado en Social Sciences, Universidad de Padova



**UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PADOVA**

A mi padre, mi padre y mi hermano,

A Carla

A nuestro futuro.

Editor: Universidad de Granada. Tesis Doctorales
Autor: José Luis Reyes Criado
ISBN: 978-84-1195-715-1
URI: <https://hdl.handle.net/10481/102627>

Agradecimientos

Esta investigación es el resultado del esfuerzo y colaboración de muchas personas.

Me gustaría dar las gracias a mi directora, la Dra. María Luisa Bellido por su cercanía y escucha durante el proceso, y a la atención que puso en mi proyecto de investigación desde que se lo presenté por teléfono mientras terminaba mi máster en Pisa. A mi director, Paolo Magaudda, por su acompañamiento y seguimiento en la investigación. A ambos, por transmitirme entusiasmo, rigor, exigencia, solvencia y afán de superación. También quiero agradecer la atención y las recomendaciones que los profesores Stefano Brillì y Stefano Crabu han compartido conmigo sobre mi trabajo durante las estancias en Padova.

También, a todas las personas y profesionales que han participado en las entrevistas en profundidad y me han acompañado con gran hospitalidad al trabajo de campo. Me refiero especialmente a: Luis Fernandes, Rafael Machado, Tiago Sequeira, Miguel Pedro, Pedro Oliveira, Ilídio Marques, Francisco Novais, André Covas y Rui Miguel, del Festival Semibreve de Braga, una organización encantadora, familiar y donde cada detalle cuenta, que me hicieron sentir como uno más de la familia Semibreve. A Marco Ligurgo, Andrea Giotti, Elisa Trento, Antonio Puglisi, Francesco Salizzoni, Federica, Vittoria y Elena del festival ROBOT de Bologna, por abrirme de par en par los entresijos del festival, de la organización, la logística, la producción y todos los entramados. A Oriol Pastor, Ana Drucker y Pere Martí, del festival MIRA de Barcelona, por mostrarme desde dentro cómo respira el festival que más ha marcado mi vida y trayectoria profesional en la última década. Y también quiero agradecer la buena voluntad y colaboración con el resto de festivales investigados y contactados en las primeras fases de la investigación. Y por supuesto, a muchas personas, tanto a nivel público como profesionales del sector que han aportado muchísimo en las visitas etnográficas y la observación de campo. Sin su hospitalidad, escucha, colaboración, participación y valiosas aportaciones, esta tesis no existiría.

Mi profundo agradecimiento a mis padres por el apoyo incondicional desde siempre para sentir seguridad, tenacidad y confianza para afrontar con pasión y entusiasmo esta tesis

doctoral. Y a las personas que me han acompañado en la senda, que no han sido pocas: a Luisma y Alba, a Cristina, a la gente Fresneilla y las conversaciones con María y Pablo sobre la academia, a Sori, a mi gente del Bel Paese, a Stef, Gennaro y Ale, a toda la gente de SAVS, y por supuesto a Elvi, a Nico y Michele y los peques. A mi eterno refugio de montaña en el Chaparral, a sus aguas y sus bosques, porque allí sintonizo la calma que ha permitido avanzar muchas de las páginas de esta tesis. Y a mi Carla, que vino para darme fuerza y valor para resurgir más vivaz. A todas las personas que me dejo pero que me han sostenido y escuchado en este camino.

Resumen

El propósito de esta investigación es analizar y comprender en profundidad, desde una perspectiva preferentemente estética y organizativa, qué, cómo son, y cómo funcionan los festivales de música electrónica y artes digitales (EMDAF) en el territorio europeo, cuál es su papel en nuestra sociedad y en qué manera influyen en las dinámicas de la producción cultural contemporánea, especialmente en los campos de la música electrónica y las artes digitales. A partir de una metodología combinada, de base cualitativa y multisituada, principalmente a través de tres casos de estudio de tres festivales de reconocimiento internacional situados en Portugal, España e Italia –los festivales Semibreve, MIRA y ROBOT, respectivamente–, se analizan los aspectos estéticos, organizativos, institucionales, económicos y comunicacionales de este tipo de festivales. Finalmente, se analiza el impacto que este tipo de festivales pueden generar en las carreras profesionales del personal creativo y técnico implicado y sus consecuencias a nivel sector –su efecto motor o configurador de campo–, en materia de creación de redes, configuración de escenas o estructuración sistémica de un campo cultural en un territorio donde aún no se había consolidado.

Abstract

The purpose of this research is to analyse and understand in depth, from a aesthetic and organisational perspective, what electronic music and digital arts festivals (EMDAFs) are and how they function in Europe, what their role is in our society and how they influence

the dynamics of contemporary cultural production, especially in the fields of electronic music and digital arts. Using a combined qualitative and multi-situated methodology, mainly through three case studies of three internationally recognised festivals in Portugal, Spain and Italy –Semibreve, MIRA and ROBOT, respectively– the aesthetic, organisational, institutional, economic and communicational aspects of this type of festival are analysed. Finally, we analyse the impact that this type of festival can have on the professional careers of the creative and technical staff involved and its consequences at the sector level –field-configuring and pulsar effects– in terms of the creation of networks, the configuration of scenes or the systemic structuring of a cultural field in a territory where it had not yet been consolidated.

SUMARIO DE CONTENIDOS

Introducción

Justificación del objeto de estudio e interés científico de la investigación	2
Objetivos del estudio y cuestiones de la investigación	8
Ámbitos de estudio de la investigación	11
Diseño de la investigación y metodología	14
Estructura de la tesis doctoral	20
Aclaración de conceptos clave	28

Introduction

Scope and scientific interest of the research	35
Objectives of the study and research questions	41
Research Fields of the study	43
Research design and methodology	46
Structure of the doctoral thesis	51
Clarification of key concepts	59

Capítulo 1. De los festivales post-tradicionales a los Festivales de Música Electrónica y Artes Digitales (EMDAF) 65

1.1. Las nociones “festivalización” y “festival post-tradicional”	66
1.2. Los festivales post-tradicionales en los estudios socio-antropológicos	70
1.3. Los festivales post-tradicionales en los estudios económicos de la cultura y los estudios urbanos	73
1.4. New Media Art, Digital Art y sus espacios	76
1.5. La Cultura de la Música Electrónica de baile (EDMC) y sus festivales	80
1.6. <i>Digital Arts Festivals</i> (DAF): una definición de partida	83
Conclusiones	87

Capítulo 2. Fundamentación teórica del objeto de estudio: conceptos clave y enfoques analíticos 92

2.1. Conceptualizando los Festivales de Música Electrónica y Artes Digitales (EMDAF)	94
--	----

2.2. Las nociones de <i>festivalcape</i>	99
2.2.1. Integrando la dimensión comunicacional, organizativa e institucional en el <i>festivalscape</i>	102
2.3. La noción de “evento-vitrina”	104
2.4. EMDAF como estructuras organizativas permanentes	111
2.4.1. La perspectiva de la producción cultural (PofC) y el modelo de las seis facetas	111
2.4.2. Campos organizacionales, campos de acción estratégicas y eventos configuradores de campo	114
2.4.3. Las nociones sobre las escenas musicales	118
2.5. EDMAF como eventos-vitrina	122
Conclusiones	124

Capítulo 3. Diseño de la investigación y metodología **128**

3.1. Objetivos del estudio y cuestiones de la investigación	128
3.2. Diseño de la investigación y enfoque metodológico	131
3.2.1. Fase 1. Documentación estructura y mapeo	132
3.2.2. Fase 2. Selección de la muestra, análisis documental y primera fase de investigación de campo	133
3.2.3. Fase 3. Estudios de caso	135
3.3. Compilación de los datos y herramientas de investigación	140
3.3.1. Estudios precedentes	140
3.3.2. Documentación estructurada y mapeo	141
3.3.3. Entrevistas semi-estructuradas en profundidad	148
3.3.4. Cuadernos de investigación de campo	153
3.3.5. Estudios de caso	155
Conclusiones	163

Capítulo 4. La dimensión estética, situada y material del evento-vitrina **167**

4.1. Tipos de espacios y formatos	169
4.1.1. Tipos de espacios en el festival Semibreve	170
4.1.2. Tipos de espacios en el festival MIRA	175
4.1.3. Tipos de espacios en el festival ROBOT	181
4.2. Programación y tipos de contenido	187
7.2.1. Programación y tipos de contenido en el festival Semibreve	193
7.2.2. Programación y tipos de contenido en el festival MIRA	200
7.2.3. Programación y tipos de contenido en el festival ROBOT	210
4.3. Audiencias, públicos y experiencias de consumo	218

4.4. Infraestructuras materiales, servicios y personal	229
Conclusiones	243
Capítulo 5. La dimensión organizativa interna	247
5.1. El <i>núcleo-motriz</i>	249
5.2. Entre jerarquías piramidales y liderazgo colectivo y compartido	254
5.3. La dirección	259
5.3.1. La dirección artística	260
5.3.2. La dirección general	263
5.4. La producción	264
5.5. La comunicación	267
5.6. Los ritmos de trabajo	272
5.7. La hospitalidad, la seguridad y las organizaciones para la prevención del daño	276
5.8. El voluntariado	279
Conclusiones	283
Capítulo 6. La dimensión económica y la vida institucional	287
6.1. Introducción a la dimensión económica	288
6.2. Formas de comercialización	294
6.3. El papel de los patrocinios	300
6.4. <i>Partners</i> , redes de colaboración y formas de <i>networking</i>	306
6.5. Proyectos “Europa Creativa” dedicados a las artes digitales y la música electrónica	313
6.6. Relaciones institucionales, políticas culturales y subvenciones	319
6.7. El impacto de la vida institucional en los ritmos de trabajo	326
Conclusiones	331
Capítulo 7. La dimensión comunicacional	337
7.1. Introducción a los elementos comunicacionales de los EMDAF	339
7.2. Las páginas web y la identidad corporativa	345
7.3. Las redes sociales	366
7.4. El <i>email marketing</i> y las <i>newsletters</i>	370
7.5. Los medios especializados	374
7.6. El impacto de la comunicación en los ritmos de trabajo del núcleo-motriz	379

Conclusiones	384
Capítulo 8. La dimensión de red: festivales como redes profesionalizadas, eventos motores y eventos configuradores de campo	388
8.1. El impacto en las carreras profesionales del núcleo motriz y el voluntariado	390
8.2. Redes, escenas y formas de colaboración	398
8.3. El papel de las plataformas y redes “Europa Creativa”	408
8.4. Los EMDAF como <i>pulsar events</i> y <i>field-configuring events</i>	419
8.4.1. El caso del festival Semibreve de Braga	421
Conclusiones	431
Conclusiones de la investigación	436
Resultados y conclusiones de naturaleza teórica, conceptual y analítica	437
Resultados y conclusiones de naturaleza empírica, Pragmática e instrumental	444
Aportaciones, limitaciones y futuras líneas de investigación	462
Research findings	468
Results and conclusions of theoretical, conceptual and analytical nature	469
Results and conclusions of an empirical, pragmatic and instrumental nature	476
Contributions, limitations and future lines of research	493
Bibliografía	498

INTRODUCCIÓN

Esta investigación se centra en el estudio humanístico y sociológico, desde una perspectiva estética y organizativa, de los festivales contemporáneos en el ámbito europeo. Más concretamente, me concentro en un tipo de festivales de artes, en continuo auge a partir de mediados de los años 90, especialmente en Europa: los Festivales de Música Electrónica y Artes Digitales —en inglés, Electronic Music and Digital Arts Festivals (EMDAF)—, caracterizados por hibridar contenidos, formatos y experiencias emergentes en los campos de la música electrónica, las artes digitales y los nuevos medios, la performance, el diseño, comunicación y marketing digital, y la investigación y práctica artística en torno a la intersección ciencia-arte-tecnología-sociedad.

A continuación, presento las coordenadas clave para orientar la comprensión de esta tesis doctoral. De forma concisa voy a explicar las necesidades y los porqués de esta investigación, justificando el objeto de estudio y poniéndolo en contexto. Continuaré presentando el propósito de la investigación y los objetivos específicos del estudio, conectándolos a las cuestiones de la investigación y, por tanto, a las disciplinas y métodos de los que me sirvo para llevarla a cabo. Finalmente, enmarco la estructura de la propia tesis, presentando los argumentos y análisis desarrollados en cada uno de los capítulos, para acabar con una pequeña sección dedicada a la enumeración y aclaración de los conceptos clave que fundamentan esta investigación.

Justificación del objeto de estudio e interés científico de la investigación.

Los festivales de artes digitales son quizá el formato más en auge dedicado al debate y la práctica artística en torno a la intersección ciencia, arte, tecnología y sociedad. Desde Ars Electronica, Sónar o Transmediale / CTM en Berlín, o los españoles LEV, MIRA o el joven MMMAD, más de 50 festivales de artes digitales han aparecido en Europa en las últimas décadas. Aunque el paradigma de la "festivalización de la cultura" ha recibido una gran atención académica, los festivales de artes digitales han sido mínimamente

analizados, por lo que es habitual encontrar un uso difuso y vago de definiciones, categorías y etiquetas en torno a estos formatos culturales. ¿Qué son los festivales de artes digitales? ¿En qué se diferencian de otros tipos de festivales? ¿Cómo ha contribuido la comunidad académica a iluminar el paradigma de los festivales de artes digitales, de los estudios socio-antropológicos, humanísticos y estéticos o los estudios sobre la economía de la cultura? ¿Cómo debemos analizarlos para entender su papel en la producción cultural y artística actual?

En las últimas décadas ha crecido el interés por los festivales contemporáneos como catalizadores de la innovación cultural y como faros de creatividad y expresión de la cultura pública. El término "festival post-tradicional" ha sido legitimado por la academia en la última década como un concepto clave a la vanguardia del creciente interés por la "dimensión viva" de la cultura (Sassatelli, 2011) y la "festivalización de la cultura" (Bennett et al., 2014). A diferencia de los festivales tradicionales, los festivales contemporáneos derivan específicamente de la progresiva fragmentación de la cultura y la pluralización cultural a partir de las dinámicas de la globalización y, por tanto, ofrecen un caso de estudio esencial sobre las identidades y los estilos de vida, los flujos de movilidad, el cosmopolitismo y la producción artística como expresión del debate democrático (Sassatelli, 2008).

La mayoría de los enfoques académicos recientes sobre los festivales contemporáneos parten del marco teórico de la definición de Sassatelli de los festivales post-tradicionales como lugares de manifestación de la cultura pública estética. Según Sassatelli (2011), la "sociabilidad" es un concepto fundamental en el estudio de los festivales post-tradicionales, que se caracterizan por la naturaleza intensa y viva de la dimensión performativa de la cultura y operan como catalizadores del cosmopolitismo estético. La "hibridación" —de diferentes formas artísticas, expresiones y relaciones entre el público y la producción cultural— es, según Sassatelli (2011), otro elemento clave de los festivales post-tradicionales que contrasta con la búsqueda más purista de la autenticidad. Otro aspecto clave de los festivales post-tradicionales gira en torno a cómo cultivan valor instrumental y los efectos de las redes de eventos que generan: los festivales post-tradicionales actúan a menudo como centros neurálgicos e impulsores de carreras profesionales en el ámbito, es decir, sirven de puente entre los profesionales y

las partes interesadas en el campo específico e incluso actúan como puerta de entrada y acelerador para otras redes de eventos y actividades, que aprovechan el festival para hacerse visibles (Colombo y Richards, 2017; Richards y Jarman, 2021).

Aunque hasta hace pocos años la literatura científica en materia de festivales culturales era muy escasa, la comunidad académica ha mostrado un creciente interés durante la última década en este ámbito de estudio. Algunos de los materiales de referencia al respecto proceden en buena parte de los volúmenes *Festivals and the Cultural Public Sphere* (Giorgi et al., 2011) y *The Festivalisation of Culture* (Bennett et al., 2014). Otros materiales más centrados en la cultura de los festivales musicales y la cultura de los eventos y el ocio cultural han sido *Weekend Societies* (St. John, 2017) o los informes del proyecto *Euro-Festival. Arts Festivals and European Public Culture*, coordinado por Liana Giorgi, Gerard Delanty y Marco Santoro. Por último, las recientes contribuciones sobre los “showcase festivals” —en inglés, festivales escaparate— también resultan iluminadoras en el ámbito de los festivales contemporáneos dedicados a las artes y la música (véase Ahlers, 2021; Brzozowska & Galuszka, 2023; Galuszka, 2022; Everts et al., 2021). Otros estudiosos han analizado los festivales post-tradicionales en relación con distintos ámbitos y según sus disciplinas artísticas y tipos de contenido: festivales de música (Chalcraft & Magaudda, 2011; St. John, 2017); festivales de cine (Segal & Blumauer, 2011); festivales de artes escénicas (Chang, 2020); festivales de literatura (Giorgi, 2011); y festivales y bienales de arte contemporáneo (Papastergiadis & Martin, 2011; Sassatelli, 2008). También son importantes, especialmente para el estudio de los festivales de artes digitales en Europa, los contenidos, informes y publicaciones de algunas plataformas especializadas en la materia, como Shape Platform (<https://shapeplatform.eu>), ICAS (<https://icasnetwork.org>), INES (<https://www.ines-festivals.eu>) o We Are Europe (<https://weare-europe.eu>).

Sin embargo, la mayoría de las aportaciones académicas en el ámbito de los festivales contemporáneos se han centrado en el impacto material y económico de la cultura, es decir, desde los estudios en turismo y eventos, o bien desde los estudios económicos de la cultura y los estudios urbanos. En este sentido, una dimensión de interés recurrente en la comunidad académica ha sido la cuestión de cómo los festivales contemporáneos actúan como eventos y realidades de gran atractivo en las agendas y en las políticas

culturales, tanto gubernamentales como privadas, para estimular el capital social o la regeneración urbana (Colombo, 2016, 2017; Colombo & Richard, 2017; Gibson & Connell, 2012; Richards & Wilson, 2004). La mayoría de los estudios que abordan la capacidad de los eventos para generar determinados efectos o impactos específicos se han enfocado principalmente desde el prisma económico (Crompton & McKay, 1994; Dwyer et al., 2005, 2006), muchos de ellos basados en análisis input-output y coste-beneficio (Andersson et al., 2012). Aunque otros estudiosos también han prestado atención al impacto social (Belfiore & Bennett, 2010; Small, 2007) o cultural de los festivales (Colombo, 2016; Richards, 2013).

Como principales experiencias para la exposición, intercambio, práctica y participación en torno a las formas de arte contemporáneo y digital, música electrónica y audio experimental, o prácticas creativas impulsadas por la tecnología, los festivales de artes digitales ofrecen un contexto único para la difusión de contenidos y la participación del público. Además, constituyen una plataforma vital para el diálogo interdisciplinar entre artistas de los nuevos medios, académicos, organizadores de festivales, instituciones, *stakeholders* y público en general. A pesar de su preeminencia en la cultura actual y de su papel crucial a la hora de facilitar las sinergias entre arte, ciencia y tecnología, es difícil encontrar trabajos académicos que hayan profundizado con rigor en su surgimiento y evolución como fenómeno, o en su naturaleza actual y perspectivas de futuro como impulsores de la cultura en nuestra sociedad digital (Colombo & Richards, 2017).

Dos de los festivales que han servido de faro en el fenómeno de los festivales de artes digitales en Europa son Ars Electronica y Sónar. En la actualidad, Ars Electronica funciona como centro neurálgico para artistas y creadores a nivel mundial, profesionales del sector creativo y el público interesado en las prácticas y formas artísticas contemporáneas, la innovación y la creatividad en relación con la tecnología, la música electrónica y la investigación tecnológica aplicada a la cultura contemporánea (véase <https://ars.electronica.art/about/en/history/>; Baur, 2020; Druckrey & Ars Electronica, 1999; Hirsch, 2019). Por otro lado, desde su fundación en 1994, Sónar ha sido un actor clave en el proceso de legitimación de la música electrónica como una forma artística más (Magaudda, 2014; 2017) y un catalizador de la innovación en el sector de la música electrónica y la cultura digital a nivel global (Colombo & Richards, 2017).

Sin embargo, incluso los festivales de artes digitales más importantes y reconocidos internacionalmente de las últimas décadas, como Ars Electronica (Festival de Arte, Tecnología y Sociedad); Sónar (Música Avanzada y Arte Multimedia, recientemente rebautizado como Música, Creatividad y Tecnología); MUTEK (Creatividad Digital y Música Electrónica) o Transmediale Berlín (Arte y Cultura Digital), padecen de una presencia vaga y difusa en la comunidad académica como objetos de estudio. De hecho, en algunas de las contribuciones académicas más importantes en este campo encontramos un uso vago de la terminología para referirse a dichos festivales (véase Colombo & Richards, 2017; Magaudda, 2017; Shintani, 2006; Shintani & Kara, 2010; van Veen, 2009, 2017). Esto demuestra la falta de análisis, conceptualización y categorización que este tipo de festivales ha sufrido, mostrándose hoy en día como objeto de estudio y terreno de investigación fértil y necesario.

Debido a esta laguna y falta de rigor en la categorización y conceptualización de este tipo de festivales, uno de los propósitos de la fase preparatoria de la investigación ha sido justamente comprender y mapear la realidad de los festivales de artes digitales en Europa. Durante esta primera fase de la investigación, de planteamiento y diseño del estudio, a partir de un trabajo de documentación estructurado, he identificado una tipología de festival que destaca por encima de otras —en términos de presencia cuantitativa y repartida en el territorio europeo: los Festivales de Música Electrónica y Artes Digitales (EMDAF), por sus siglas en inglés: Electronic Music and Digital Arts Festivals—. Este tipo de festivales, siguiendo el modelo y formato del festival Sónar de Barcelona, se caracteriza por hibridar la música electrónica y otras formas de prácticas artísticas de identidad digital —como vídeo-proyecciones, arte digital y creación visual de identidad NFT, instalaciones y robótica aplicada al sector creativo, etc., pero con un protagonismo marcado por aquellas formas y expresiones relacionadas o herederas de la Electronic Dance Music Culture (EDMC).

Las ventajas estratégicas en términos de acceso al terreno y el elevado “efecto legitimador” y “configurador del campo” del Festival Sónar de Barcelona (Colombo & Richards, 2017; Magaudda, 2017; Richards & Colombo, 2017) —que acaba de celebrar su 30 aniversario en 2023— han sido dos factores clave para seleccionar la cuenca

mediterránea como el área geográfica a analizar, con más de una docena de festivales de música electrónica y artes digitales de relieve y reconocimiento internacional, repartidos entre Portugal, España e Italia. Además de este elenco de justificaciones, junto al contexto geográfico e institucional en el que se enmarca esta investigación —un convenio oficial de cotutela entre las Universidades de Granada y la de Padova—, la investigación se ha acotado al sur de Europa debido a las motivaciones estratégicas fundamentadas en el acceso favorable al objeto de estudio, tal y como profundizaré en las siguientes secciones. En este sentido, el objeto de estudio —los festivales de música electrónica y artes digitales— y su situación en un contexto geográfico concreto como es el sur de Europa, donde han tenido una especial proliferación desde mediados de los años 2000, resulta un escenario de investigación óptimo para analizar y comprender uno de los formatos situados y dinámicos más en auge en nuestra sociedad.

Por otro lado, remarcando el carácter organizativo de la investigación y su relación con las perspectivas y experiencias profesionales que el doctorando tiene en el campo de investigación y en el propio objeto de estudio, parece importante señalar la utilidad profesional que recoge esta investigación. En este sentido cabe subrayar que el doctorando ha estado y está ligado profesionalmente con este tipo de festivales de artes de relieve nacional e internacional y otras organizaciones culturales como asociaciones y fundaciones dedicadas a la producción cultural en los campos de la música electrónica y la creatividad digital. Debido a la laguna de literatura científica, manuales metodológicos o libros blancos en el campo de los festivales de música electrónica y artes digitales desde una perspectiva humanística y sociológica, esta investigación resulta de gran utilidad por lo siguiente:

- Dinamiza y expande el debate académico en el ámbito de los festivales contemporáneos, abordando la cuestión de investigación de cómo repercuten este tipo de festivales, sobre todo en términos humanísticos, organizativos, instrumentales y simbólicos, en las dinámicas de producción cultural contemporánea, especialmente en los campos de la música electrónica y las artes digitales.
- Esclarece las estéticas organizativas en el ámbito de los festivales contemporáneos a partir de tres casos de estudio concretos del sur de Europa,

analizando y explicando las dimensiones organizativas, económicas, comunicacionales, institucionales y situadas de este tipo de festivales y sus principales eventos.

- Guía y orienta, debido al análisis en profundidad realizado, a diferentes perfiles profesionales —además de al público y las audiencias interesadas en general— en el ámbito de los festivales contemporáneos, la gestión cultural, las políticas culturales o el periodismo cultural especializado. Especialmente, tanto a nivel interno para organizadores y promotores, medios de comunicación, y otros agentes clave del sector como agencias de *booking* —dirección, comunicación, producción—; como a nivel institucional —estrategias y prácticas de financiación y comercialización, *fundraising*, redes, plataformas y proyectos “Europa Creativa”—; como por supuesto, a nivel estético y artístico, en materia de práctica y creación artística, en materia de participación e intercambio artista-obra-público.
- Inspira y orienta a la comunidad académica universitaria, suponiendo una fuente de consulta rigurosa de cara a nuevas investigaciones en el campo de los festivales contemporáneos, sirviendo además como inspiración para guías docentes o manuales académicos en los estudios reglados de grado y postgrado en Turismo Cultural, Organización de Eventos, Producción y Gestión de Espectáculos o Gestión Cultural.

A continuación, tras esta amplia presentación y justificación del objeto de estudio y el interés científico de la investigación, expongo los objetivos específicos del estudio y las cuestiones de la investigación.

Objetivos del estudio y cuestiones de la investigación

El propósito de esta investigación es analizar y comprender en profundidad, desde una perspectiva preferentemente estética y organizativa, qué, cómo son y cómo funcionan los festivales de música electrónica y artes digitales (EMDAF) en el territorio europeo, cuál es su papel en nuestra sociedad y en qué manera influyen en las dinámicas de la producción cultural contemporánea, especialmente en los campos de la música electrónica y las artes digitales. De esta manera, en esta tesis analizo el funcionamiento de dichos festivales desde un punto de vista estético y organizativo, con el fin de ampliar

la pregunta de investigación al papel que este tipo de festivales, como principal formato cultural situado, desempeñan en la evolución del campo de la música electrónica y las artes digitales a nivel europeo.

Por lo tanto, la pregunta motora —de ahora en adelante, L.D. (“*Leading Question*”)— de esta investigación es la siguiente:

- ¿Cuál es el papel de los Festivales de Música Electrónica y Artes Digitales (EMDAF) en la producción cultural contemporánea, especialmente en los campos de la música electrónica y las artes digitales?

En este sentido, el estudio trata de esclarecer el actual y creciente debate académico en torno a los festivales de artes y eventos culturales entendidos como catalizadores de innovación cultural y experiencias situadas para la creatividad, la expresión, la investigación y la práctica artística.

A partir de esta cuestión motora, que ha impulsado la motivación para abordar esta investigación, he generado una red de propósitos que han servido para articular un primer acercamiento al campo de estudio, marcando las coordenadas para definir unos objetivos específicos y orientar las cuestiones de la investigación:

- Definir y categorizar los festivales de música electrónica y artes digitales, es decir,
- Conceptualizar y aclarar qué son y qué no son,
- Conceptualizar y aclarar qué comparten y cómo se diferencian de otros formatos culturales situados similares, como pueden ser las bienales, los simposios o las ferias profesionales y comerciales.
- Comprender cómo se están expandiendo en Europa y señalar elementos, factores y realidades clave para su expansión y consolidación.
- Analizar, identificar y subrayar el valor de este tipo de festivales en nuestra sociedad, en particular, examinando su impacto en los campos de la música electrónica y las artes digitales.
- Desarrollar la investigación de forma dinámica, abordando primero una visión panorámica y exploratoria de la realidad, para después concentrar el estudio en

un territorio específico a partir de una muestra combinada con varios casos de estudio.

- Afrontar la investigación desde una perspectiva organizativa y estética, poniendo el foco en la dimensión organizativa, en la dimensión comunicacional, en la dimensión situada y presencial, y en la dimensión instrumental de los festivales, entendidos como eventos de corta duración y como organizaciones estables dedicadas a la producción cultural.

A partir de estos propósitos, he planteado las siguientes cuestiones de la investigación –de aquí en adelante R.Q.—:

- **R.Q.1.** ¿Cómo son y cómo funcionan, a nivel estético, material y situado, los EMDAF?
 - ¿De qué manera influye la dimensión estética y situada del evento en la identidad del festival? ¿De qué manera sus contenidos, sus espacios, las experiencias de participación y la interacción del público, o sus infraestructuras, definen la identidad del festival y su reconocimiento público como organizaciones culturales?
- **R.Q.2.** ¿Cómo son y cómo funcionan, a nivel organizativo y estructural los EMDAF?
 - ¿De qué manera afecta su dimensión organizativa interna a las carreras profesionales y a su reconocimiento público como organizaciones y/o entidades dedicadas a la producción cultural?
- **R.Q. 3.** ¿Cómo funcionan los EMDAF a nivel económico?
 - ¿Cuál es el papel de la vida institucional de los EMDAF y en qué manera afecta a su estabilidad como organización dedicada a la producción cultural?
- **R.Q.4.** ¿Cómo funcionan los EMDAF a nivel comunicativo?
 - ¿En qué manera la comunicación de un festival influye en su identidad y en cómo los reconocemos públicamente?

- **R.Q.5.** ¿En qué modo este tipo de festivales afectan a las carreras profesionales de los creativos del sector, pueden estimular la creación de redes, la dinamización del sector o la configuración de determinadas escenas?
 - ¿En qué manera este tipo de festivales pueden ser eventos configuradores de campo (“*event-configuring field*”) o eventos motores (“*pulsar events*”)?

Estas preguntas de investigación funcionan de coordenadas clave para afrontar los objetivos y articular de forma pautada y fundamentada el desarrollo de la investigación, además de orientar hacia las disciplinas de estudio y las metodologías óptimas para responder exitosamente a dichas preguntas, que presento a continuación.

Ámbitos de estudio de la investigación

Como he adelantado en la presentación de esta introducción, esta investigación se enmarca en un convenio de cotutela entre la Universidad de Granada y la Universidad de Padova, en concreto, en los programas de doctorado de Historia y Artes y *Social Sciences*, respectivamente. Más concretamente, este proyecto de investigación se aprueba en la Universidad de Granada en noviembre de 2020 dentro de la línea de investigación “Creación Artística, Audiovisual y Reflexión Crítica” —por la Universidad de Granada—, formalizándose la cotutela en septiembre de 2021 dentro de la línea de “Sociology. Science, Technology, Innovation and Media Studies (PASTIS)” —por la Universidad de Padova.

De acuerdo con este contexto académico e institucional, esta investigación se desarrolla a partir de un enfoque humanístico y sociológico, que aborda desde una perspectiva estética y organizativa las dinámicas de la producción cultural contemporánea, especialmente en los campos de la música electrónica y las artes digitales, a partir de un ámbito de estudio de máxima relevancia en la actualidad como son los festivales contemporáneos. Por lo tanto, los principales campos teóricos y de estudio en los que se fundamenta mi investigación son las siguientes:

- **Cultural Sociology.** La sociología cultural es la principal disciplina a través de la cual fundamenta la investigación. En especial, un enfoque analítico clave que fundamenta el marco teórico es la “Perspectiva de la Producción Cultural, (PofC)”, que nos ayuda a analizar las dinámicas de la producción cultural desde una perspectiva preferentemente organizativa (DiMaggio, 2000; Peterson, 1976, 1994, 2000; Peterson & Anand, 2004; ver también Anand, 2000; Dowd, 2007; Santoro, 2008). Otros conceptos de interés, fundamentales en la investigación, son los provenientes de la teoría neo-institucional, en particular los campos organizacionales (“*organizational fields*”) (DiMaggio & Powell, 1983; 1991; Scott, 1995), revisados más recientemente por Fligstein y McAdam (2011; 2012) como *campos de acción estratégica* (“*strategic action fields*”).

- **Cultural Economics, Urban Studies and Event Management.** Los estudios económicos de la cultura son sin duda el área de estudio desde donde más se han abordado los festivales contemporáneos como objeto de estudio, principalmente en términos de impacto material desde las perspectivas del turismo cultural y la regeneración urbana. En estos ámbitos hay un concepto fundamental que atraviesa transversalmente toda la investigación, sirviendo como uno de los núcleos interpretativos: *festivalscape*. Comúnmente entendemos los festivales contemporáneos como formas culturales dinámicas y temporales, entendidos como eventos situados y de corta duración, configurados a partir de un conjunto de aspectos específicos que denominamos *festivalscape*: la disposición espacial, la música, los contenidos, la estética y las experiencias de los usuarios, la iluminación, el material promocional, el personal, los tipos de servicios ofrecidos (bares, foodtrucks, librerías, infopuntos), el ambiente en relación con otros visitantes, etc. (véase Chen et al., 2019; Lee et. al., 2008; Lee & Chang, 2017; Mason & Paggiaro, 2012; Yang, 2012).
Otros dos conceptos clave para la investigación son el de “evento configurador de campo” (Lampel & Meyer, 2008; Schüßler et al., 2015) —en inglés, “field-configuring events” (FCE)— y “evento motor” (Richards, 2015) —en inglés, “pulsar-event”. Ambos conceptos son de vital importancia para abordar el estudio y análisis de los efectos de los eventos y festivales culturales entendidos como actores sociales, como entidades y organizaciones, pudiendo acelerar, dinamizar y consolidar nuevas estructuras sociales, como por ejemplo escenas o campos culturales.

- **Popular Music Studies.** Los estudios histórico-artísticos y sociológicos sobre las formas de creación, producción, distribución y consumo de la música popular es también otro pilar teórico fundamental en esta investigación. El concepto de escena (Straw, 1991; Bennett & Peterson, 2004; Dowd, 2014; Magaudda, 2020; Constantini, 2020), que además aparece en el título de esta tesis doctoral, es un concepto de interés fundamental al retratar la dimensión relacional, social y de red de las dinámicas de la producción cultural en el ámbito de la música (ver Crossley 2019; Crossley & Bottero, 2015); y el carácter independiente, semi-profesional, colectivo y colaborativo que comparten la gran mayoría de festivales de música electrónica y artes digitales en Europa. Además, otro marco de estudio fundamental para comprender el contexto y los *festivalscapes* de los festivales de música electrónica y artes digitales en Europa pasa por el estudio de las estéticas emergentes en la música electrónica (ver Blánquez, 2018; Ferguson and Brown, 2016; Lena, 2012; Lena & Peterson, 2008; McLeod, 2001; 2018; Nowak & Whelan, 2018; 2016; Reynolds, 2019; Turner, 2010; Waugh, 2017; Whelan, 2018), sobre todo a partir de la legitimación de la música electrónica de baile como una práctica perteneciente a los “mundos del arte” (ver Becker, 1982; Cluley, 2012; Magaudda, 2017).
- **Art & Humanities.** No menos importantes, resultan clave los fundamentos teóricos, sobre todo a nivel histórico-artístico y estético, de los estudios humanísticos en los campos del “new media art” (Quaranta, 2010) y el arte digital (Paul, 2016), y la historiografía y evolución de los centros de creación, investigación y experimentación dedicados a la intersección ciencia, arte, tecnología y sociedad, tales como Ars Electronica, el pionero Media Lab del MIT de Estados Unidos y el ZKM (Zentrum für Kunst und Medientechnologie) de Karlsruhe, Alemania. Comprender las nociones clave, tanto en términos socio-técnicos como histórico-artísticos, provenientes en su mayoría de los estudios estéticos y la crítica del arte en torno a la noción de “arte digital” —en singular— y “artes digitales” —en plural—, es fundamental para analizar y comprender los formatos, estéticas, contenidos y experiencias de consumo que observamos en los festivales objeto de estudio en esta investigación (ver Manovich, 2001; Corby, 2005; Graham & Cook, 2010). En este sentido, y recogiendo también los fundamentos de los estudios culturales en música popular, la literatura científica y contribuciones especializadas en torno a la cultura de la música electrónica de baile (EDMC) por un lado, y a los espacios típicos del new media art y arte digital por otro, más allá de las

galerías, museos y exposiciones, como son los centros de arte, ciencia y tecnología, han resultado fundamentales para abordar esta investigación.

A partir de los objetivos y las cuestiones de investigación presentadas, y después de presentar las disciplinas teóricas y campos de estudio que sostienen el aparato teórico y analítico de la investigación, explico a continuación cómo y a partir de qué metodología he diseñado la investigación.

Diseño de la investigación y metodología

Tras presentar la investigación en términos de fondo y contenido, de propósitos y objetivos, a continuación, voy a presentar los materiales instrumentales y los métodos que han servido para llevarla a cabo.

La investigación tiene un espíritu híbrido y combinado, ya que, por un lado, analizo en profundidad el objeto de estudio a partir de tres casos de estudio; pero por otro, abro y abordo la investigación desde una perspectiva panorámica, exploratoria y de amplio espectro —realizando un importante trabajo documental que aborda y mapea la realidad de festivales de artes digitales en Europa—. En este sentido, con este diseño de la investigación afronto dos aspectos principales: por un lado, cubrir las lagunas académicas en el ámbito de los festivales de artes digitales; y por otro, fundamentar y enraizar el diseño de la investigación y el marco teórico en el propio terreno de estudio, es decir, de forma calada y participada en el propio objeto de estudio, siguiendo el enfoque metodológico propuesto por la *Grounded Theory* o “Teoría Fundamentada” (Charmaz, 2006; Charmaz & Thornberg, 2021). Por lo tanto, en la base de esta investigación reside un carácter inductivo, acumulativo y cíclico, ya que el acercamiento, documentación y recogida de datos empíricos del propio terreno de estudio ha sido continuada durante toda la investigación, pero también fundamentada desde la fase embrionaria del estudio, delimitando la propia articulación teórica de la investigación.

A partir de este marco metodológico, he articulado un diseño de la investigación basado en el estudio cualitativo, multi-situado y de amplio espectro, a partir de tres niveles y fases de la investigación:

ejo

- **Fase 1. (Enero 2021 – Julio 2021). Documentación estructurada y mapeo.** Debido a la laguna existente en torno al presente objeto de estudio, en la primera etapa de la investigación he desarrollado, además de una rigurosa revisión de la literatura científica y el debate académico existente en el ámbito de los festivales contemporáneos, un trabajo de documentación estructurada y de amplio espectro, con el objetivo de conocer de forma panorámica la escena de Festivales de Artes Digitales en Europa. Esta primera fase de investigación me ha permitido conocer en profundidad los aspectos clave de este tipo de festivales, sus principales características y diferencias con otra tipología de formatos culturales situados, como ferias profesionales y comerciales, grandes exposiciones, congresos, simposios, etc. Los criterios de selección se han dividido en dos bloques: en primer lugar, he seleccionado tanto aquellos festivales que se autodefinen como festivales como otros formatos culturales situados similares —por ejemplo simposios, ferias o encuentros—, normalmente acompañados de otros términos como "música electrónica y artes digitales", "música electrónica", "creatividad digital" o "música, tecnología y sociedad"; en segundo lugar, he elaborado una matriz a partir de un conjunto de factores como la heterogeneidad geográfica, el tamaño, la trayectoria y el reconocimiento internacional. En concreto, solo se han seleccionado los festivales con más de 5 años de antigüedad y una asistencia de más de 3.000 personas. Debido al impacto del COVID-19, también se han seleccionado festivales que estaban activos antes de la pandemia, pero que en el momento de la investigación vieron afectada su continuidad.

La metodología de esta primera fase, de tipo exploratorio, documental y de amplio espectro, tiene por objetivo conocer y comprender los aspectos clave de los festivales de artes digitales —entendidos como macro-categoría—, donde se enmarca el objeto de estudio: los Festivales de Música Electrónica y Artes Digitales (EMDAF).

- **Fase 2. (Septiembre 2021 – Diciembre 2022) Selección de la muestra, análisis documental y primera fase de investigación de campo.** En una segunda fase de la investigación, tras generar un listado de más de 50 Festivales de Artes Digitales a lo

largo de Europa, he seleccionado una decena según los criterios mencionados, teniendo en cuenta el acceso y la disponibilidad de los miembros de la organización de dichos festivales. A partir de esta muestra de 10 festivales, he desarrollado un trabajo de compilación y análisis de material documental y de archivo. Particularmente, aunque manteniendo una perspectiva panorámica en términos de trayectoria y evolución, me he concentrado en las ediciones de 2018 —anterior a la pandemia—, 2021 y 2022. En esta fase, he compilado y analizado tres tipos de documentos: 1) documentación comunicacional generada, emitida y distribuida públicamente por la propia organización (páginas webs, redes sociales, *newsletters*, *flyers* y programas de mano, catálogos, etc.); 2) documentación especializada externa, tales como reseñas en prensa especializada o *fanzines*, programas de radio o podcast, entrevistas o apariciones en prensa pública; 3) publicaciones o literatura académica, tales como libros, artículos o actas de simposios y congresos.

A continuación, he realizado una primera ronda de entrevistas semiestructuradas en profundidad, con la perspectiva de la producción cultural como marco teórico de fondo (ver Peterson, 1994; Peterson & Anand, 2004; Reyes-Criado, 2023). Siguiendo el enfoque metodológico propuesto por la teoría fundamentada (Charmaz, 2006), las entrevistas han sido transcritas y sometidas a un triple ciclo de codificación según dimensiones de interés, aparición, identificación y categorización de conceptos analíticos, y contradicciones o diferencias. El objetivo de estas entrevistas semiestructuradas en profundidad, de entre 50 y 90 minutos de duración, ha sido identificar temas, argumentos y dimensiones de interés fundamentados y enraizados en el propio objeto de estudio.

Por último, he realizado una visita etnográfica a 8 de los 10 festivales de la muestra, realizando además de varias entrevistas en profundidad de forma presencial, observación participante durante la edición correspondiente al año 2022:

- L.E.V. Festival. Laboratorio de Electrónica Visual, Gijón (España), del 26 de abril al 2 de mayo de 2022.
- MMMAD Festival Urbano de Arte Digital de Madrid, Madrid (España), del 4 al 31 de mayo de 2022.

- Sónar Festival. Música, Creatividad y Tecnología, Barcelona (España), del 16 al 18 de junio de 2022.
- ROBOT Festival. Electronic Music and Digital Arts Festival, Bologna (Italia), del 5 al 10 de octubre de 2022.
- Semibreve Festival. Electronic Music and Digital Arts Festival, Braga (Portugal), del 22 al 29 de octubre de 2022.
- Mucho Flow. Avant-garde multi-venue music festival, Guimaraes (Portugal), del 3 al 6 de noviembre de 2022.
- MIRA Festival. Digital Arts Festival, Barcelona (España), del 7 al 12 de noviembre de 2022.
- Dancity Festival, Foligno (Italia), del 26 al 30 de diciembre de 2022.

Para los otros dos festivales no visitados presencialmente, principalmente por motivos logísticos o de acceso, se ha realizado solamente el trabajo de compilación y análisis del material documental y de archivo:

- Rockolektiv Festival, Bucarest (Rumanía).
- Unsound Festival, Cracovia (Polonia).

Además, se han realizado visitas a otros dos eventos de particular interés para la investigación, a pesar de no autodefinirse como festivales de artes digitales sino como bienal o simposio respectivamente. En ellos, he disfrutado como oyente, además de realizar documentación estructurada y observación participante, pudiendo realizar también alguna entrevista semiestructurada de menor duración a los organizadores o responsables del evento. La asistencia a estos dos eventos ha sido de particular interés científico para la investigación, ya que me ha permitido analizar en profundidad las diferencias entre los festivales seleccionados en la muestra y otros tipos de formatos culturales situados similares —como las bienales o los simposios en este caso— y esclarecer así la conceptualización y categorización del objeto de estudio:

- INDEX Biennial of Art and Technology, Braga (Portugal), del 12 al 22 de mayo de 2022.

- ISEA. 27th International Symposium on Electronic Art, Barcelona (España), del 9 al 16 de junio de 2022.

Fase 3. (Febrero 2022 – Noviembre 2023). Desarrollo completo de la investigación de campo a partir de 3 casos de estudio: el festival Semibreve de Braga, el festival MIRA de Barcelona y el festival ROBOT de Bologna. Tras completar la primera fase de la investigación y avanzar con el trabajo de compilación y análisis de material documental y de archivo, los primeros resultados y conclusiones indican que existe una tipología de festivales, específica y muy definida, característica en toda Europa: los festivales de música electrónica y artes digitales —EMDAF, por sus siglas en inglés, “*Electronic Music and Digital Arts Festivals*”—. Este tipo de festivales, en continuo auge y expansión desde mediados de los años 2000, especialmente en el territorio europeo, se caracterizan por dar prioridad a contenidos, experiencias y formatos más relacionados con las estéticas emergentes de la *Electronic Dance Music Culture* (EDMC) que con el *New Media Art* o el arte digital. Por lo tanto, a partir de esta tercera fase, tras concluir las fases de investigación exploratoria y panorámica y un extenso trabajo de investigación de campo, me concentro en la investigación de campo multi-situada a partir de 3 casos de estudio que analizaré en profundidad a lo largo de esta tesis.

Esta fase estudio empírico se desarrolla de forma simultánea, complementaria, acumulativa y consecencial a la segunda fase —a partir de febrero de 2022—, y se ha estructurado en torno a cinco herramientas de investigación:

- 7 entrevistas semiestructuradas en profundidad con el director o directores de cada uno de los festivales estudio de caso, de entre 60 y 90 minutos.
- 20 entrevistas semiestructuradas de menor duración, entre 20 y 30 minutos, con cada uno de los miembros del equipo motriz de cada festival, entre 4 y 10 entrevistas por cada caso de estudio.
- Observación participante durante todo el evento principal del festival, al menos durante la edición de 2022.
- 3 visitas etnográficas de al menos una semana de duración durante las ediciones de 2022 y 2023, siguiendo de cerca y realizando jornadas de *shadowing*, observando el *modus operandi* de los directores y coordinadores de cada uno de

los festivales —principalmente en las áreas de producción y comunicación— durante las semanas previas y durante la celebración del evento.

- 6 entrevistas semiestructuradas de menor duración, de entre 20 y 35 minutos de duración, a agentes relevantes de la cultura contemporánea en relación a los campos de la música electrónica y la creatividad digital, relativamente externo a cada uno de los festivales, principalmente del ámbito del periodismo especializado o las políticas culturales.

El número de entrevistas realizadas, en particular las del grupo (2), ha estado determinado por la saturación de datos, es decir, el grado en que los nuevos datos repiten lo expresado en entrevistas anteriores (Saunders et al. 2018).

Recapitulando, el diseño de la investigación combina el trabajo de documentación estructurada de carácter panorámica y exploratoria, con la investigación empírica en el propio terreno de estudio a partir de casos de estudio específicos. En una primera fase se han mapeado los festivales de artes digitales en Europa generando un listado de más de 50 festivales. A continuación, he seleccionado una muestra de 10 festivales según los criterios ya señalados. Tras compilar, organizar y analizar material documental y de archivo de esta muestra, se han realizado entrevistas en profundidad semiestructuradas a directores o representantes de dichos festivales, además de visitas presenciales con el objetivo de realizar observación participante y documentación estructurada *in situ*. Tras identificar una tipología específica de festival —los Festivales de Música Electrónica y Artes Digitales (EMDAF)—, completo el diseño de la investigación de campo a partir de tres casos de estudio en el sur de Europa: el festival Semibreve de Braga, el festival MIRA de Barcelona, y el festival ROBOT de Bologna.

Por lo tanto, en el análisis y redacción de esta tesis doctoral confluyen todos los materiales de investigación y resultados recogidos desde la primera fase de la investigación, pero obviamente, con un mayor énfasis y protagonismo en los tres casos de estudio seleccionados, los cuales he analizado en profundidad con hasta cinco instrumentos y métodos de investigación. Por otro lado, ha sido fundamental la interrelación complementaria, cíclica, acumulativa y consecucional entre las tres fases de la investigación. Este sentido cíclico, flexible y combinado, aporta la riqueza de la

visión poliédrica y panorámica sobre el ámbito de estudio, sobre todo en términos de caracterización, descripción, conceptualización y categorización teóricamente fundamentada del objeto de estudio (Charmaz, 2006; Charmaz & Thornberg, 2021). Otra ventaja de este diseño de la investigación es el grado de compensación ofrecido por la muestra combinada, yendo desde un mapeo de más de 50 festivales —en la primera fase—, a una selección de 10 festivales —en la segunda fase— y hasta los 3 casos de estudio que analizo en profundidad. Esto ha permitido compensar las diferencias en las facilidades de acceso al campo, como también compensar la a veces ausencia de documentación comunicacional, o las visitas presenciales que de forma inesperada se pueden volver complicadas de desarrollar por falta de disponibilidad del personal a entrevistar durante las fechas señaladas para la realización de las entrevistas.

Tras haber presentado el diseño, la investigación y la metodología que pongo en práctica para abordar los objetivos del estudio y responder a las cuestiones de la investigación, a continuación presento la estructura de la tesis doctoral, a partir de cada uno de los capítulos que la componen.

Estructura de la tesis doctoral

En términos generales, la tesis doctoral cuenta con dos grandes áreas: una primera parte, con tres capítulos, dedicada a la revisión de la literatura, la explicación de la fundamentación teórica y analítica y un tercer capítulo dedicado a la metodología y diseño de investigación; y una segunda, de fundamentación empírica, donde describo, expongo y analizo los resultados de la investigación, que consta de 5 capítulos. A continuación, los presento punto por punto.

Capítulo 1. “De los festivales post-tradicionales a los Festivales de Música Electrónica y Artes Digitales (EMDAF)”. Tras concluir esta introducción, dedico un primer capítulo a revisar la literatura científica en el ámbito de los festivales contemporáneos, principalmente desde los estudios socio-antropológicos, humanísticos y estéticos, y desde los estudios económicos de la cultura. De forma acumulativa, presento el ámbito general de la investigación a partir de dos nociones fundamentales

para el estudio de los festivales contemporáneos en la actualidad, como son “los festivales post-tradicionales” y la “festivalización de la cultura”. Finalmente, tras abordar el debate académico en torno a los festivales contemporáneos, presento el contexto de los festivales de artes digitales europeos, que nos ayuda a caracterizar y fundamentar teórica y analíticamente el objeto de la investigación. Tras presentar dos de las referencias principales a nivel global en el campo de los festivales de artes digitales — el festival Ars Electronica de Linz y el festival Sónar de Barcelona—, propongo una definición de partida para esta macro-categoría emergente de festivales, en continuo auge desde los años 2000 en toda Europa. De esta manera, el capítulo termina introduciendo el contexto en el que nacen y se expanden los festivales de artes digitales europeos, desde una perspectiva histórica, estética y simbólica: un contexto entre pistas de baile y el debate “ciencia-arte-tecnología-sociedad”, los espacios participativos para el New Media Art, y la evolución de la Electronic Dance Music Culture (EDMC) y el auge de los festivales de música electrónica a partir de la década de los años 90.

Capítulo 2. “Fundamentación teórica del objeto de estudio: conceptos clave y enfoques analíticos”. En este capítulo presento, explico y defino en profundidad la fundamentación teórica y el marco analítico que sostienen la definición y concepción del objeto de estudio: los festivales de música electrónica y artes digitales (EMDAF). Dada la metodología empleada y el diseño de la investigación basado en la Teoría Fundamentada (Charmaz, 2006), este capítulo recoge los primeros resultados conceptuales y analíticos del primer acercamiento al campo de investigación.

En la primera parte del capítulo caracterizo y conceptualizo el objeto de estudio a través de dos niveles analíticos emergentes a partir de la noción de “*festivalscape*”: 1) EMDAF entendidos como estructuras organizacionales permanentes, en cuanto estos festivales trabajan todo el año, sobre todo en términos de comunicación y relaciones públicas, institucionales y financieras, para celebrar con éxito sus eventos; 2) EMDAF entendidos como “eventos-vitrina”, es decir, a partir de la dimensión situada, performativa y viva de sus eventos efímeros o de corta duración. La noción evento-vitrina es además uno de los resultados conceptuales de la investigación, emergiendo como categoría analítica en la investigación de campo, especialmente durante las visitas etnográficas y las entrevistas con el equipo del festival ROBOT de Bologna. Aunque hay otras nociones

similares como “*showcase festival*”, la noción “evento-vitrina” hace referencia al evento principal del calendario anual de un festival determinado, sirviendo para cualificar y diferenciar el evento principal del resto de actividades y prácticas más pequeñas que los EMDAF celebran y organizan a lo largo del año, que suelen requerir una menor cantidad de esfuerzo y recursos y, en consecuencia, generan un menor impacto. Por lo tanto, en este segundo capítulo abordo los conceptos y las dimensiones analíticas clave para abordar el objeto de estudio de forma teóricamente fundamentada. En concreto, reviso los siguientes conceptos y enfoques:

- La perspectiva de la producción cultural y las seis facetas de la producción cultural (Peterson, 1976, 1994, 2000; Peterson & Anand, 2004; ver también Anand, 2000; DiMaggio, 2000; Dowd, 2007; Santoro, 2008).
- Los campos organizacionales (DiMaggio & Powell, 1983; Scott, 1995), campos de acción estratégicos (Fligstein & McAdam, 2012), los eventos motores (Richards, 2015) y los eventos configuradores de campo (Lampel & Meyer, 2008; Colombo, 2017; Colombo & Richards, 2017).
- La evolución y revisión de la noción de “escenas” (Bennett & Peterson, 2004; Bennett & Rogers, 2016; Costantini, 2020; Straw, 1991).
- Las nociones de “*festivalscapes*” (Lee et al., 2008; De Geus et al., 2016; Mason & Paggiaro, 2012; Morgan, 2008, Pegg & Patterson, 2010).
- La categoría analítica emergente del estudio “evento-vitrina” (Reyes-Criado, 2023).

Capítulo 3. “Diseño de la investigación y metodología”. En este capítulo justifico cómo he planificado el desarrollo de la investigación en términos instrumentales y metodológicos, explicando cómo he aplicado las herramientas y métodos para responder a las preguntas de la investigación y los objetivos planteados con este estudio. También adjunto varias tablas que describen de forma gráfica y sintética cómo se han compilado, gestionado y analizado los datos que fundamentan empíricamente la investigación.

Capítulo 4. “La dimensión estética, situada y material del evento-vitrina”. En este cuarto capítulo de fundamentación empírica describo, caracterizo y analizo cómo son los eventos-vitrina de los EMDAF, es decir, a partir de la dimensión situada y presencial del festival entendido como evento de corta duración, a partir de la revisión de uno de los

conceptos clave de esta investigación: *festivalscape* (Lee et al., 2008; De Geus et al., 2016; Mason & Paggiaro, 2012; Morgan, 2008, Pegg & Patterson, 2010).

La noción evento-vitrina es uno de los resultados conceptuales de la investigación, emergiendo como categoría durante el desarrollo de la investigación, especialmente durante el trabajo de campo en el festival ROBOT de Bologna. Aunque hay otras nociones similares como “*showcase festival*” (ver Ahlers, 2021; Brzozowska & Galuszka, 2023; Galuszka, 2022; Everts et al, 2021; Inglis, 2021), la noción “evento-vitrina” hace referencia al evento principal del calendario anual de un festival determinado, sirviendo para cualificar y diferenciar el evento principal del resto de actividades y prácticas más pequeñas que los EMDAF celebran y organizan a lo largo del año, que suelen requerir una menor cantidad de esfuerzo y recursos y, en consecuencia, generan un menor impacto.

A través de cada uno de los casos de estudio —el festival Semibreve de Braga, el festival MIRA de Barcelona y el festival ROBOT de Bologna— describo y analizo cómo son los eventos de estos festivales: los tipos de formatos según el uso y distribución de espacios y localizaciones, las experiencias ofrecidas y la recepción del público y las audiencias, las infraestructuras puestas en práctica y los servicios ofrecidos, el personal, y por supuesto, la dimensión estética, el contenido y la programación ofrecida.

Capítulo 5. “La dimensión organizativa interna”. En este primer capítulo de fundamentación empírica abordo la dimensión organizativa interna de los EMDAF a partir del marco teórico y el enfoque analítico derivado de la perspectiva de la producción cultural y las seis facetas de la producción cultural (Peterson, 1976, 1994, 2000; Peterson & Anand, 2004; ver también Anand, 2000; DiMaggio, 2000; Dowd, 2007; Santoro, 2008).

La línea argumentativa del capítulo se enmarca en la dimensión organizativa interna de los EMDAF entendidos como estructuras organizativas permanentes y activas a lo largo de todo el año, que cultivan un complejo aparato comunicativo e interactúan también con otros agentes culturales clave, patrocinadores, socios, instituciones públicas y otras entidades de su propio ámbito y de ámbitos próximos. Desde una perspectiva que analiza en detalle las dinámicas organizativas de los equipos de personas que organizan y ponen

en práctica este tipo de festivales, en el capítulo caracterizo, describo y analizo cómo es el núcleo-motriz de cada uno de los festivales examinados como estudios de caso, sus estructuras organizativas —jerarquías piramidales y liderazgo compartido y colectivo—, las principales áreas o departamentos creativos de los EMDAF —dirección, producción, comunicación—, los ritmos de trabajo de los profesionales involucrados, y otras áreas clave del equipo de organización de un EMDAF como son la hospitalidad, la seguridad, las organizaciones para la prevención del daño o puntos de información y, por último, el voluntariado.

Los materiales empíricos empleados son principalmente las entrevistas semi-estructuradas —tanto en profundidad como también las de corta duración—, los datos generados a partir de observación participante y las visitas etnográficas, así como la primera fase de investigación basada en el análisis de material documental y de archivo. En términos generales, si bien se analizan y ponen en diálogo algunos materiales y datos recogidos del listado de 10 festivales seleccionado en la segunda fase de la investigación, aparecen con un mayor peso e importancia los materiales empíricos pertenecientes a la tercera fase de la investigación y los 3 casos de estudio analizados en profundidad.

Capítulo 6. “La dimensión económica y la vida institucional”. En este segundo capítulo de fundamentación empírica analizo las formas de financiación y organización en términos materiales y económicos de los EMDAF.

Las referencias teóricas y analíticas continúan siendo, como en el capítulo anterior, la perspectiva de la producción cultural y las seis facetas de la producción cultural. Sin embargo, está también presente la teoría neo-institucionalista, con las nociones de los campos organizacionales y campos de acción estratégica —sobre todo en la segunda mitad del capítulo, dedicada a las dinámicas de relaciones institucionales y organizativas entre los EMDAF y otras organizaciones públicas, gubernamentales, del propio sector o de sectores próximos— (DiMaggio & Powell, 1983; Fligstein & McAdam, 2012; Scott, 1995).

Siguiendo con la línea argumentativa de estudiar los festivales no solo como eventos de corta duración sino como organizaciones permanentes y activas durante todo el año, en este capítulo, además de las estrategias evidentes de comercialización — mayoritariamente venta de entradas e ingresos directos durante el evento-vitrina—, analizo el resto de estrategias de financiación y soporte material que los festivales ponen en práctica durante todo el año para celebrar con éxito sus eventos-vitrina: patrocinios, colaboradores, redes de colaboración, proyectos y plataformas “Europa Creativa” y el papel de las relaciones institucionales, convenios gubernamentales y el acceso y participación en políticas culturales a través de subvenciones.

Los materiales empíricos empleados son principalmente las entrevistas semi-estructuradas —tanto en profundidad como también las de corta duración—, los datos generados a partir observación participante y las visitas etnográficas, así como la primera fase de investigación basada en el análisis de material documental y de archivo. Aunque incluyo algunos materiales y datos recogidos del listado de 10 festivales seleccionado en la segunda fase de la investigación, el análisis se articula principalmente a partir de los materiales empíricos pertenecientes a la tercera fase de la investigación y los 3 casos de estudio analizados en profundidad.

Capítulo 7. “La dimensión comunicacional”. En este tercer capítulo de fundamentación empírica describo, caracterizo y analizo cómo se comunican los EMDAF.

La principal referencia teórica es la noción de “*festivalscape*”, que si bien procedente de los estudios específicos en eventos y festivales, o más en general, de los estudios en Turismo y Ocio, tradicionalmente, solo ha servido para caracterizar y definir el aparato de estímulos e informaciones presentes —presencialmente— durante el desarrollo de un determinado evento. El *festivalscape* es el conjunto de estrategias y herramientas que conforman la identidad y la autenticidad de un festival determinado. Aunque tradicionalmente se ha enfocado a la percepción del festival únicamente como evento situado de corta duración, sin embargo, ¿no forman también parte del *festivalscape* las prácticas comunicativas y las relaciones organizativas e institucionales que entablan los festivales para su promoción y comercialización?

En este sentido, de nuevo, la línea argumentativa de este capítulo interpreta a los EMDAF no solo como eventos de corta duración, sino como organizaciones que, además de trabajar durante todo el año en términos de relaciones organizativas e institucionales para consolidar material y económicamente cada edición, desarrollan una dimensión comunicativa con la comunidad de seguidores de forma continuada, con el objetivo de cultivar compromiso y atracción entre su público y comercializar con éxito sus entradas, además de la difusión de otros proyectos y actividades.

Por lo tanto, en este capítulo me concentro en describir y analizar las principales prácticas comunicativas de los festivales en cuanto parte del *festivalscape* de un determinado festival, esclareciendo cómo responden a las necesidades organizativas y económicas de los festivales, y por supuesto, en términos de autenticidad, identidad y *engagement* con la comunidad de seguidores y público. En concreto, explico y analizo el funcionamiento y el papel de las páginas webs y la puesta en práctica de la identidad visual corporativa, el uso de las redes sociales, el *email marketing* y las *newsletters*, y la presencia y colaboración con medios especializados.

En este capítulo, si bien las entrevistas semi-estructuradas tienen un rol importante en términos de estrategias y ritmos de trabajo en materia de comunicación —sobre todo de corta duración, con los responsables de comunicación y diseño de cada uno de los casos de estudio analizados—, el análisis textual, discursivo y documental tiene un peso mayor. En este sentido se han gestionado datos documentales y de archivo tales como capturas de pantalla de páginas webs, páginas webs actuales, materiales comunicativos tales como *flyers*, programas de mano o cartelería, dossieres de prensa emitidos por la propia organización, análisis de los dos principales perfiles en redes sociales —Instagram y Facebook—, así como análisis de los boletines informativos o *newsletters*.

Capítulo 8. “La dimensión de red: festivales como redes profesionalizadas, como eventos motores y eventos configuradores de campo”. En este quinto capítulo de fundamentación empírica analizo la capacidad instrumental de los EMDAF a la hora de configurar escenas profesionalizadas (Costantini, 2020), o de funcionar como “eventos-motores” (Richards, 2015) o “eventos configuradores de campo” (Lamper & Meyer,

2008), dinamizando o consolidando el tejido profesional y creativo de un sector en un territorio donde aún no se había desarrollado.

Además de los conceptos apenas citados, también es muy importante en este capítulo retomar el marco ofrecido por la “perspectiva de la producción cultural” y las “seis facetas de la producción cultural”, en cuanto examinaremos el valor instrumental de los EMDAF en términos de impacto e impulso de las carreras profesionales de los creativos que trabajan y las personas voluntarias que participan en estos festivales (Peterson, 1976, 1994, 2000; Peterson & Anand, 2004; ver también Anand, 2000; DiMaggio, 2000; Dowd, 2007; Santoro, 2008).

En este sentido, analizaremos, desde la perspectiva de lo micro hacia lo macro, primero el impacto en el núcleo-motriz del festival, en términos de carreras profesionales; los efectos de estos festivales en términos de creación de redes de colaboración, generación de nuevas oportunidades y proyectos, escenas y otras formas de colaboración y asociación en el sector; el papel de los proyectos y plataformas “Europa Creativa” y, por último, demostraré en qué manera el caso específico del festival Semibreve ha funcionado como evento-motor y evento configurador de campo para la ciudad de Braga y el área norte de Portugal.

Los argumentos que desarrollo en este capítulo los afronto a partir de materiales empíricos de naturaleza diferente: por un lado, es fundamental el trabajo de campo realizado en la tercera fase de la investigación a partir de los tres casos de estudio analizados en profundidad, donde la observación participante, las visitas etnográficas y las entrevistas semi-estructuradas tienen un papel clave. Por otro lado, sobre todo en los puntos siguientes dedicados a las formas de colaboración, redes, escenas, y proyectos “Europa Creativa”, aunque el trabajo de campo citado sigue siendo crucial, el peso de la compilación y análisis de material documental y de archivo vuelve a tener mucho peso. En este sentido, sobre todo de cara a los proyectos “Europa Creativa” estudiados en la investigación, se han analizado textos y discursos recuperados de materiales comunicacionales como publicaciones de catálogos y memorias de proyectos, así como las páginas webs, redes sociales y reseñas en medios especializados.

Por último, el caso del festival Semibreve de Braga adquiere una dimensión protagonista en el análisis y explicación de cómo este festival ha servido y sigue funcionando como evento-motor y evento configurador de campo que está generando un cambio estructural en la ciudad de Braga, actuando como actor social clave en la consolidación y profesionalización del tejido creativo en los campos de la música electrónica y las artes digitales. Aquí, además del trabajo etnográfico y las entrevistas realizadas a agentes clave de las políticas culturales de la ciudad de Braga, ha sido fundamental el trabajo de compilación y análisis de documentación corporativa municipal tales como el “Plan Estratégico para el Desarrollo Económico de Braga” o el plan “Estrategia Cultural de Braga 2020-2030”, donde Semibreve aparece como pieza clave en el territorio.

En términos de estructura general, todos los capítulos presentan una breve introducción en la que se recoge el marco teórico y principales enfoques analíticos desarrollados durante la extensión de dicho capítulo, así como los argumentos y líneas interpretativas desarrolladas y la descripción de los materiales empíricos analizados. Por otro lado, al final de cada capítulo recojo las principales aportaciones y resultados a modo de conclusiones, lo cual ayuda a plasmar el sentido consecuencial y acumulativo de la investigación durante la lectura de la propia tesis doctoral. Por último, en términos de estilo, he optado por una fórmula narrativa que a menudo usa el listado o los puntos destacados, con el objetivo de optimizar la fluidez y agilidad de la lectura y la accesibilidad gráfica y visual del manuscrito.

A continuación, tras desgranar los puntos clave de la investigación, termino con una sección dedicada a los conceptos clave del estudio, que tiene por objetivo aclarar de forma muy sintética los principales conceptos, nociones o categorías analíticas esenciales para comprender de forma óptima esta tesis doctoral, de principio a fin.

Aclaración de conceptos clave

En esta sección presento los conceptos clave que fundamentan y enmarcan el contexto analítico de la investigación, desde lo general a lo específico. Comienzo presentando el debate académico de las últimas dos décadas en el ámbito de los festivales

contemporáneos y el proceso progresivo de *festivalización*, *eventificación* o *espectacularización* de la cultura, a partir de una perspectiva principalmente humanista, estética y sociológica. Tras introducir la noción de *festivalscape*, un concepto troncal y transversal en esta investigación y que configura un territorio de análisis fundamental en esta tesis doctoral, presento una de las categorías analíticas emergentes, construidas y resultantes de esta investigación: evento-vitrina. Finalmente, de forma más específica, tras presentar el concepto de escenas musicales, que ha servido durante las últimas décadas para explicar y categorizar fenómenos organizativos y sociales en el campo de la música popular, introduzco la base conceptual de dos nociones clave en el campo de los *Cultural Economics* como *field-configuring event* y *pulsar-event*, de gran importancia en el estudio de los efectos que los festivales de música electrónica y artes digitales producen en sus correspondientes campos culturales.

“Festival post-tradicional”. Aunque funciona de forma similar al término genérico “festival contemporáneo”, es una noción muy presente en los estudios socio-antropológicos en el ámbito de los festivales durante las últimas décadas, que interpretan los festivales como catalizadores de la innovación cultural y como faros de creatividad y expresión de la cultura pública (Sassatelli, 2011). A diferencia del formato tradicional, los festejos o carnavales, los festivales post-tradicionales están radicalmente influidos por los procesos de globalización, movilidad y pluralización cultural (Bennett et al., 2014). La mayoría de los enfoques académicos recientes sobre los festivales contemporáneos parten del marco teórico de la definición de Sassatelli de los festivales post-tradicionales como lugares de manifestación de la cultura pública y sus estéticas. Según Sassatelli (2011), la "sociabilidad" —en términos de interacción presencial y participación— es un concepto fundamental en el estudio de los festivales post-tradicionales, que se caracterizan por la naturaleza intensa y viva de la dimensión performativa y participada de la cultura y operan como catalizadores del cosmopolitismo estético. La "hibridación"—de diferentes formas artísticas, expresiones y relaciones entre el público y la producción cultural— es también otro elemento clave de los festivales post-tradicionales que contrasta con la búsqueda más purista de la autenticidad o la homogeneidad estética. Otro aspecto clave de los festivales post-tradicionales gira en torno a cómo cultivan el valor instrumental de las redes: los festivales post-tradicionales actúan a menudo como centro neurálgico e impulsores de carreras profesionales en el campo, es decir, sirven

de puente entre los profesionales y las partes interesadas en el campo específico e incluso actúan como puerta de entrada y acelerador para otras redes de eventos y actividades, que aprovechan el festival para hacerse visibles (Colombo y Richards, 2017; Richards y Jarman, 2021).

“Festivalización de la cultura”. Si bien hoy en día conocemos y usamos el término “festivalización” en un sentido similar a su análogo “eventificación”, para referirnos a la continua y creciente floración de eventos y festivales en nuestras ciudades —y también zonas rurales—, el término aparece en los años 70 en relación con la construcción de identidad urbana a través de los festivales culturales o de artes (Mulder et al., 2020). En la primera década de los años 2000, el concepto de festivalización ha sido ampliamente debatido, también bajo otras nociones enmarcadas en la festivalización como estrategia de planificación y regeneración urbana: “paradigma de la programación cultural” (Hitters, 2007), “hiperfestividad” (Richards, 2010), “eventificación” (Jakob, 2013). En términos generales, la noción de festivalización, y también la anterior noción de festival post-tradicional, hacen referencia al proceso de floración de festivales contemporáneos y su progresiva consolidación como principal formato cultural situado y participativo en nuestras ciudades desde hace al menos tres décadas. Particularmente Europa ha visto pasar de menos de 1000 festivales a más de 30000 festivales culturales tan solo en la segunda mitad del siglo XX, generando así un tejido complejo de redes profesionalizadas, escenas, sectores e industrias en cada uno de sus campos correspondientes (Yeoman et al., 2015).

Festivalscape. Comúnmente entendemos los festivales contemporáneos como formas culturales dinámicas y temporales, es decir, a partir de su dimensión situada y performativa, presencial y física, entendidos como eventos, configurados a partir de un conjunto de aspectos específicos que denominamos *festivalscape*: la disposición espacial, la música, los contenidos, la estética y las experiencias de los usuarios, la iluminación, el material promocional, el personal, los tipos de servicios ofrecidos (bares, *foodtrucks*, librerías, puntos de información), el ambiente en relación con otros visitantes, etc. (véase Chen et al., 2019; Lee et al., 2008; Mason & Paggiaro, 2012). En este sentido, podemos decir que el *festivalscape* es el conjunto de estrategias y herramientas que conforman la identidad y la autenticidad de un determinado festival.

El término *festivalscape* se ha utilizado durante las últimas décadas en la comunidad académica, especialmente en los estudios sobre turismo, ocio y gestión de eventos, en relación con el estudio de los festivales como formas dinámicas y temporales, como acontecimientos o eventos de corta duración. En su esencia, el *scape*, entendido como entorno, ambiente o atmósfera, encarna una clara dimensión espacial, basada en los estímulos —tanto prácticos y tangibles, como simbólicos o inmateriales— que emanan del espacio físico donde tiene lugar el propio evento (Mason & Paggiaro, 2012).

“Evento-vitrina”. La noción emergente “evento-vitrina” es una categoría analítica resultante de la propia investigación de campo a principios de 2022, concretamente, surgida con el estudio de caso del festival ROBOT de Bolonia. Aunque encontramos un término similar en el campo de los estudios sobre eventos y festivales — “festival-escaparate” o “showcase festival” (véase Ahlers, 2021; Brzozowska & Galuszka, 2023; Galuszka, 2022; Everts et al., 2021; Inglis, 2021)— y encontramos algunos estudios clave sobre el futuro de los festivales contemporáneos (Robertson et al., 2015) en los últimos años, su uso ha sido bastante vago y genérico.

Aunque el término “*showcase festival*” procede del campo profesional (ver INES, Innovation Network of European Showcases), su revisión académica no parece muy justificada en términos de categorización de un tipo determinado de festival, puesto que solo aborda la dimensión situada y performativa del festival entendido como evento de corta duración, sin abordar el carácter organizativo, relacional, institucional y comunicacional que cultivan durante todo el año. Aunque la noción de festival-escaparate puede funcionar correctamente de forma genérica, pues pone de relieve el valor instrumental de muchos de los festivales estudiados en esta investigación, especialmente si pensamos en las carreras profesionales de jóvenes artistas emergentes, es un término incompleto y poco preciso puesto que nos aleja de entender estas organizaciones dedicadas a la producción cultural como algo más que eventos efímeros de un fin de semana al año. Gracias a sus prácticas comunicativas, organizativas e institucionales, cultivadas durante todo el año, los EMDAF hacen visible públicamente este valor instrumental y de red durante la celebración de sus eventos-vitrina. El uso del término “vitrina” cualifica la relación del evento principal, la actividad principal y “que más brilla” en todo el año, y a través del cual un determinado festival

consigue proyectar su marca y su reputación entre su público a nivel profesional en los campos de la música electrónica y artes digitales, consiguiendo así rentabilidad y celebrar con éxito otras actividades, prácticas y eventos paralelos durante todo el año.

Escenas musicales y redes profesionalizadas. La noción de “escena” ha servido como marco para el estudio de fenómenos, situaciones, relaciones y dispositivos en torno a la producción, distribución, performance y recepción de la música popular desde mediados de los años 90 (Straw, 1991; Bennett & Peterson, 2004). La identidad de cada escena se basa en ciertas especificidades definidas por las formas en las que sus actores se interrelacionan y participan en las dinámicas de producción musical, tanto a nivel simbólico, cultural y estético, como a nivel material, organizativo, estructural e infraestructural (ver Dowd, 2014; Magaudda, 2020). Así, podemos decir que los *music scenes studies* se focalizan en las situaciones donde los artistas, *performers*, público y fans, colectivos u organizaciones, interactúan colectiva y transversalmente para potenciar un determinado fenómeno musical denominado *escena* (Bennett & Peterson, 2004: 3). Bennett y Peterson (2004) proponen tres tipos de escenas: las escenas locales, marcadas por una notable y específica dimensión y arraigo geográfico; las escenas trans-locales, que aún con un marcado carácter local, se caracterizan por compartir preferencias estéticas de forma transfronteriza; y las escenas virtuales, en auge a partir el uso expandido de internet, caracterizadas por integrar en una misma escena específica actores separados geográficamente y repartidos por todo el mundo. Por último, una noción heredera del concepto de escena es la de las “redes musicalizadas” (Costantini, 2020). A partir de este concepto, Costantini (2020) expande el concepto de las redes musicalizadas a partir de tres tipos de redes, con lógicas socio-económicas diferentes y con capacidad para sobreponerse entre sí: *redes estilísticas*, dedicadas a nichos eclécticos y múltiples estilos musicales; *redes locales*, con una fuerte conexión a los espacios locales, normalmente centradas en géneros populares —en contraposición a los géneros-nicho de las redes estilísticas—; por último, las *redes profesionalizadas*, que se generan a partir de las dinámicas organizacionales e institucionales —sellos discográficos, salas, organizaciones, entidades, agencias de *booking* y eventos, etc.—.

Evento-motor. En inglés “*pulsar events*”, es un concepto que explica la capacidad instrumental y los efectos de los eventos entendidos como actores sociales, en la

perspectiva de la “*Action-Network-Theory*” (ANT) (Richards, 2015), focalizándose en la capacidad de los festivales de estimular, desencadenar o implementar cambios sistémicos en las estructuras sociales —o en los campos culturales— de un determinado territorio. Según Richards, los eventos pueden tener efectos de muchos tipos, entre ellos, cuando se trata de eventos importantes para un territorio, pueden generar efectos iterativos o pulsátiles —yo he utilizado “motores” en la traducción—. Para ello es fundamental comprender de qué manera un determinado evento —o festival contemporáneo en nuestro caso— afecta a la concatenación de otros eventos y a la red de eventos de ese mismo territorio, generados o afectados a partir de la influencia de ese determinado evento. En este sentido, el concepto plantea, de forma similar a los enfoques de la “perspectiva de la producción cultural” o “las seis facetas de la producción cultural”, que los festivales y los eventos deben considerarse actores sociales y necesitan ser analizados en términos de infraestructuras humanas, relacionales, organizativas, institucionales y materiales.

Evento configurador de campo. En inglés “*field-configuring event*” (FCE), es un concepto recurrente en el estudio del efecto de los festivales y eventos, muy presente en los estudios en eventos, turismo y ocio cultural, desde mediados de los años 2000 (Lamper & Meyer, 2008). El núcleo conceptual de la noción de FCE se basa en que determinados eventos de gran influencia e impacto, tales como grandes carnavales, ferias profesionales o ferias de tecnología, simposios y conferencias relevantes, pueden encapsular, determinar el desarrollo y la configuración de un determinado sector (Lampel & Meyer, 2008; Schüßler et al., 2015). Recientemente, a partir del estudio de caso del festival Sónar de Barcelona, Colombo y Richards (2017), han estudiado de qué manera el festival más importante del mundo para el campo de la música electrónica funciona como FCE, tanto a nivel local como internacional, sirviendo de plataforma donde los profesionales e interesados en el sector deben encontrarse para intercambiar ideas, para generar redes, para establecer su posición y conocer qué está pasando en el sector. En mi investigación, además de servir como faro en el marco conceptual para orientar el análisis de los efectos y el valor instrumental de los EMDAF, será un concepto fundamental en cuanto analizaré de qué manera el festival Semibreve de Braga ha servido y sigue funcionando como evento-motor y evento configurador de campo: generando un cambio estructural en la ciudad de Braga, actuando como actor social

clave en la consolidación y profesionalización del tejido creativo en los campos de la música electrónica y las artes digitales.

En esta introducción he argumentado las necesidades, el interés y los porqués de esta investigación, justificando el objeto de estudio y poniéndolo en contexto. Tras introducir el propósito de la investigación, los objetivos específicos del estudio y la fundamentación de las cuestiones de la investigación, enmarco los ámbitos de estudio en los que me posiciono durante la investigación y los métodos de los que me sirvo para llevarla a cabo. Finalmente, tras recorrer la estructura de la propia tesis presentando los argumentos y análisis desarrollados en cada uno de los capítulos, hemos comprendido los conceptos clave que fundamentan esta investigación.

Esta introducción, que recorre de forma panorámica los aspectos principales de la investigación y explica cómo esta se ha materializado en los ocho capítulos que componen esta tesis doctoral, pretende funcionar de brújula y coordenadas clave para orientar la óptima comprensión de esta tesis doctoral. De forma similar, con el propósito de orientar y acompañar de forma consecucional y acumulativa la comprensión del trabajo, en cada capítulo, abriré la presentación de mis argumentos y resultados con un pequeño texto introductorio que ayude a contextualizar y enmarcar el desarrollo teórico que le sigue. En la misma línea, al final de cada capítulo dedicaré unas páginas a concluir, recapitular y discutir de forma sintética los resultados emergentes en dicho capítulo.

De esta manera, espero que se consiga una comprensión en profundidad de esta investigación, de forma fluida y ágil, aspirando a contribuir al debate académico en el ámbito de los festivales contemporáneos y esclarecer el papel que los festivales de música electrónica y artes digitales tienen en nuestras sociedades y ciudades sur-europeas.

INTRODUCTION

This research is a humanistic and sociological study on contemporary festivals in Europe, mainly from an aesthetic and organisational perspective. More specifically, I concentrate on a type of arts festivals, in continuous boom since the mid-1990s, especially in Europe: the Electronic Music and Digital Arts Festivals (EMDAF), characterised by the hybridisation of emerging and innovative contents, formats and experiences in the fields of electronic music, digital arts and new media, performance, design, digital communication and marketing, and artistic research and practice around the intersection science-art-technology-society.

In the following, I present the key coordinates to guide the understanding of this doctoral thesis. I will concisely explain the needs, the whys and wherefores of this research, justifying the object of study and putting it in context. I will continue by presenting the scope and purpose of the research and the specific objectives of the study, connecting them to the research questions, and thus to the disciplines, fields and methods I am using to carry out the research. Finally, I present the structure of the thesis by introducing the arguments developed in each of the chapters, ending with a brief section devoted to clarifying the key concepts underpinning this research.

Scope and scientific interest of the research

Digital arts festivals are perhaps the most booming format dedicated to the debate and artistic practice around the intersection of science, art, technology and society. From Ars Electronica, Sónar or Transmediale / CTM in Berlin, or the Spanish LEV, MIRA or the young MMMAD, more than 50 digital arts festivals have appeared in Europe in the last decades. Although the paradigm of the "festivalisation of culture" has received a great deal of academic attention, digital arts festivals have been minimally analysed, so it is common to find a diffuse and vague use of definitions, categories and labels around these cultural formats. What are digital arts festivals? How do they differ from other types of

festivals? How has the academic community contributed to illuminate the paradigm of digital arts festivals, from socio-anthropological, humanistic and aesthetic studies or studies on the economy of culture? How should we analyse them in order to understand their role in current cultural and artistic production?

In recent decades, there has been a growing interest in contemporary festivals as catalysts for cultural innovation and as beacons of creativity and expression of public culture. The term “post-traditional festival” has been legitimised by academia in the last decade as a key concept at the forefront of the growing interest in the “living dimension” of culture (Sassatelli, 2011) and the “festivalisation of culture” (Bennett et al., 2014). Unlike traditional festivals, contemporary festivals derive specifically from the progressive fragmentation of culture and cultural pluralisation from the dynamics of globalisation and therefore, offer an essential case study on identities and lifestyles, flows of mobility, cosmopolitanism and artistic production as an expression of democratic debate (Sassatelli, 2008).

Most recent scholarly approaches to contemporary festivals start from the theoretical framework of Sassatelli's definition of post-traditional festivals as sites of manifestation of aesthetic public culture. According to Sassatelli (2011), "sociability" is a fundamental concept in the study of post-traditional festivals, which are characterised by the intense and lively nature of the performative dimension of culture and operate as catalysts of aesthetic cosmopolitanism. “Hybridisation” —of different art forms, expressions and relations between audiences and cultural production— is, according to Sassatelli (2011), another key element of post-traditional festivals that contrasts with the more purist quest for authenticity. Another key aspect of post-traditional festivals revolves around how they cultivate instrumental value and the effects of the event networks they generate: post-traditional festivals often act as hubs and career drivers in the field, i.e. they serve as a bridge between professionals and stakeholders in the specific field and even act as a gateway and accelerator for other event and activity networks, which take advantage of the festival to become visible (Colombo & Richards, 2017; Richards & Jarman, 2021).

Although until a few years ago the scientific literature on cultural festivals was very scarce, the academic community has shown a growing interest in this field of study over the last

decade. Some of the reference materials on the subject come largely from the volumes *Festivals and the Cultural Public Sphere* (Giorgi et al., 2011) and *The Festivalisation of Culture* (Bennett et al., 2014). Other materials more focused on music festival culture and event culture and cultural leisure have been *Weekend Societies* (St. John, 2017) or the work packages of the *Euro-Festival Project. Arts Festivals and European Public Culture*, coordinated by Liana Giorgi, Gerard Delanty and Marco Santoro. Finally, recent contributions on “showcase festivals” are also illuminating in the field of contemporary arts and music festivals (see Ahlers, 2021; Brzozowska & Galuszka, 2023; Galuszka, 2022; Everts et al., 2021). Other scholars have analysed post-traditional festivals in relation to different fields and according to their artistic disciplines and types of content: music festivals (Chalcraft & Magaudda, 2011; St. John, 2017); film festivals (Segal & Blumauer, 2011); performing arts festivals (Chang, 2020); literature festivals (Giorgi, 2011); and contemporary art festivals and biennials (Papastergiadis & Martin, 2011; Sassatelli, 2008). Also important, especially for the study of digital arts festivals in Europe, are the contents, reports and publications of some platforms specialised in the field, such as Shape Platform (<https://shapeplatform.eu>), ICAS (<https://icasnetwork.org>), INES (<https://www.ines-festivals.eu>) or We Are Europe (<https://weare-europe.eu>).

However, most academic contributions in the field of contemporary festivals focus on the material and economic impact of culture, i.e., from tourism and event studies, from cultural economics and urban studies. In this sense, a recurring dimension of interest in the academic community has been the research question of how contemporary festivals serve as a major attraction in cultural agendas and policies, both governmental and private, to stimulate social capital or urban regeneration (Colombo, 2016, 2017; Colombo & Richard, 2017; Gibson & Connell, 2012; Richards & Wilson, 2004). Most studies addressing the ability of events to generate certain specific effects or impacts have focused mainly from an economic perspective (Crompton & McKay, 1994; Dwyer et al., 2005, 2006), many of them based on input-output and cost-benefit analyses (Andersson et al., 2012). Although other scholars have also paid attention to the social (Belfiore & Bennett, 2010; Small, 2007) or cultural impact of festivals (Colombo, 2016; Richards, 2013).

As the main formats and spaces for exhibition, exchange, practice and participation around contemporary and digital art forms, electronic music and experimental audio, or technology-driven creative practices, digital arts festivals offer a unique context for content dissemination and audience engagement. They also constitute a vital platform for interdisciplinary dialogue between new media artists, academics, festival organisers, institutions, stakeholders and the general public. Despite their prominence in today's culture and their crucial role in facilitating synergies between art, science and technology, it is difficult to find scholarly work that has rigorously explored their emergence and evolution as a phenomenon, or their current nature and future prospects as drivers of culture in our digital society (Colombo & Richards, 2017).

Two of the festivals that have served as beacons in the phenomenon of digital arts festivals in Europe are Ars Electronica and Sónar. Today, Ars Electronica functions as a hub for artists and creators worldwide, creative professionals and audiences interested in contemporary artistic practices and forms, innovation and creativity in relation to technology, electronic music and technological research applied to contemporary culture (see <https://ars.electronica.art/about/en/history/>; Baur, 2020; Druckrey & Ars Electronica, 1999; Hirsch, 2019). On the other hand, since its founding in 1994, Sónar has been a key player in the process of legitimising electronic music as an art form (Magaudda, 2014; 2017) and a catalyst for innovation in the electronic music and digital culture sector globally (Colombo & Richards, 2017).

However, even the most important and internationally recognised digital arts festivals of the last decades, such as Ars Electronica (Festival of Art, Technology and Society); Sónar (Advanced Music and Multimedia Art, recently renamed Music, Creativity and Technology); MUTEK (Digital Creativity and Electronic Music) or Transmediale Berlin (Digital Art and Culture), suffer from a vague and diffuse presence in the academic community as objects of study. Indeed, in some of the most important academic contributions in this field, we find a vague use of terminology to refer to such festivals (see Colombo & Richards, 2017; Magaudda, 2017; Shintani, 2006; Shintani & Kara, 2010; van Veen, 2009, 2017). This demonstrates the lack of analysis, conceptualisation and categorisation that this type of festivals has suffered, showing itself today as a fertile object of study and fertile necessary research topic.

Due to this gap and the lack of precision in the conceptualisation of this type of festival, one of the objectives of the preparatory phase of the research was precisely to understand and map the reality of digital arts festivals in Europe. During this first phase of the research, I have identified a festival typology that stands out above others in terms of quantitative presence and spread throughout Europe: the Electronic Music and Digital Arts Festivals (EMDAFs). This type of festival, following the model and format of the Sónar festival in Barcelona, is characterised by the hybridisation of electronic music and other forms of artistic practices of digital identity —such as video projections, digital art and visual creation, installations and robotics applied to the creative sector, etc.—, but with a leading role marked by those forms and expressions related to or inherited from Electronic Dance Music Culture (EDMC).

The strategic advantages in terms of access to the field and the high "legitimising" and "field-configuring effect" of the Sónar Festival in Barcelona (Colombo & Richards, 2017; Magaudda, 2017; Richards & Colombo, 2017) —which has just celebrated its 30th anniversary in 2023— have been two key factors in selecting the Mediterranean basin as the geographical area to analyse, with more than a dozen high-profile and internationally recognised electronic music and digital arts festivals, spread between Portugal, Spain and Italy. In addition to these criteria, together with the geographical and institutional context in which this research is framed —an official co-tutelle agreement between the Universities of Granada and Padova—, the research has been limited to southern Europe due to strategic motivations based on the favourable access to the object of study, as I will explore in more detail in the following sections. In this sense, the object of study —electronic music and digital arts festivals— and their situation in a specific geographical context such as southern Europe, where they have had a special proliferation since the mid-2000s, is an optimal research scenario for analysing and understanding one of the most booming situated and dynamic formats in the fields of electronic music and digital creativity in our society.

On the other hand, highlighting the organisational nature of the research and its relationship with the professional perspectives and experiences that the doctoral candidate has in the field, it seems important to point out the professional usefulness of

this research. In this sense, it should be emphasised that the PhD student has been and is professionally linked to this type of arts festivals of national and international importance and other cultural organisations such as associations and foundations dedicated to cultural production in the fields of electronic music and digital creativity. Due to the lack of scientific literature, methodological manuals or white papers in the field of electronic music festivals and digital arts from a humanistic and sociological perspective, this research is very useful for the following reasons:

- It energises and expands the academic debate in the field of contemporary festivals, addressing the research question of how such festivals impact, especially in humanistic, organisational, instrumental and symbolic terms, on the dynamics of contemporary cultural production, especially in the fields of electronic music and digital arts.
- It clarifies the organisational aesthetics in the field of contemporary festivals on the basis of three specific case studies from southern Europe, analysing and explaining the organisational, economic, communicational, institutional and situational dimensions of this type of festivals and their main events.
- It guides and orients, due to the in-depth analysis carried out, different professional profiles - in addition to the public and interested audiences in general—in the field of contemporary festivals, cultural management, cultural policies or specialised cultural journalism—. Especially, both at an internal level for organisers and promoters, media, and other key agents in the sector such as booking agencies—management, communication, production—; and at an institutional level—financing and marketing strategies and practices, fundraising, networks, platforms and "Creative Europe" projects—; and of course, at an aesthetic and artistic level, in terms of artistic practice and creation, in terms of artist-work-audience participation and exchange.
- It inspires and orients the university academic community, being a source of rigorous consultation for new research in the field of contemporary festivals, also serving as inspiration for teaching guides or academic manuals in regulated undergraduate and postgraduate studies in Cultural Tourism, Event Organisation, Production and Management of Performances or Cultural Management.

Following this broad presentation and justification of the object of the study and the scientific interest of the research, I then outline the specific objectives of the study and the research questions.

Objectives of the study and research questions

The purpose of this research is to analyse and understand in depth, mainly from an aesthetic and organisational perspective, what electronic music and digital arts festivals (EMDAF) are and how they function in Europe, what their role is in our society and how they influence the dynamics of contemporary cultural production, especially in the fields of electronic music and digital arts. Thus, in this thesis I analyse the functioning of these festivals from an aesthetic and organisational point of view, in order to extend the research question to the role that these festivals, as the main situated cultural format, play in the evolution of the field of electronic music and digital arts at a European level.

Therefore, the driving question —henceforth, L.D. ("Leading Question")— of this research is the following:

- What is the role of Electronic Music and Digital Arts Festivals (EMDAF) in contemporary cultural production, especially in the fields of electronic music and digital arts?

In this sense, the study seeks to shed light on the current and growing academic debate around arts festivals and cultural events understood as catalysts of cultural innovation and situated experiences for creativity, expression, research and artistic practice.

From this driving question, which has served as the impetus and motivation to undertake this research, I have generated a network of purposes that have served to articulate a first approach to the object of study, setting the coordinates for defining the specific objectives and orienting the research questions:

- To define and categorise electronic music and digital arts festivals, i.e.,

- To conceptualise and clarify what they are and what they are not,
- To conceptualise and clarify what they share and how they differ from other similar situated cultural formats, such as biennials, symposia, professional and trade fairs.
- To understand how they are expanding in Europe and identify key elements, factors and realities for their expansion and consolidation.
- To analyse, identify and underline the value of such festivals in our society, in particular by examining their impact in the fields of electronic music and digital arts.
- To develop the research in a dynamic way, first approaching a panoramic and exploratory vision of the reality, and then concentrating the study on a specific territory based on a sample combined with several case studies.
- To approach the research from an organisational and aesthetic perspective, focusing on the organisational dimension, the communicational dimension, the situated and face-to-face dimension, and the instrumental dimension of festivals, understood as short-term events and as stable organisations dedicated to cultural production.

From these aims, I have posed the following research questions —hereafter R.Q.—:

- **R.Q.1. What do EMDAFs look like and how do they function on an aesthetical, material and situational level?**
In what ways does the aesthetic and situated dimension of the event influence the identity of the festival? In what ways do its contents, its spaces, the experiences of participation and audience interaction, or its infrastructures, define the identity of the festival and its public recognition as cultural organisations?
- **R.Q.2. What are EMDAFs like and how do they function on an organizational and structural level?**
In what way does their internal organisational dimension affect professional careers and their public recognition as organisations and/or entities dedicated to cultural production?
- **R.Q. 3. How do EMDAFs function on an economic level?**

What is the role of the institutional life of EMDAFs and how does it affect their stability as an organisation dedicated to cultural production?

- **R.Q.4. How do EMDAFs function on a communicative level?**

In what way does the communication of a festival influence its identity and how we recognise them publicly?

- **R.Q.5. In what way do such festivals affect the careers of creatives in the field, can they stimulate the creation of networks, the dynamization of the field or shaping certain scenes?**

In what ways can such festivals be "filed-configuring event" or "pulsar events"?

These research questions serve as key coordinates for addressing the objectives and articulating the research development in a structured and well-founded way, as well as orienting towards the optimal study disciplines and methodologies for successfully answering these questions, which I present below.

Research Fields of the study

As I mentioned in the introduction, this research is part of a co-tutelle agreement between the University of Granada and the University of Padova, specifically, in the doctoral programmes of History and Arts; and Social Sciences, respectively. More specifically, this research project is approved at the University of Granada in November 2020 within the research line "Artistic Creation, Audiovisual and Critical Reflection" —by the University of Granada—, formalising the co-tutelage in September 2021 within the line of "Sociology. Science, Technology, Innovation and Media Studies (PASTIS)" —for the University of Padova—.

According to this academic and institutional context, this research is developed from a humanistic and sociological approach, which addresses mainly from an aesthetic and organizational perspective, the dynamics of contemporary cultural production, especially in the fields of electronic music and digital arts, addressing an object of study of great interest such as contemporary festivals. Therefore, my research is based on the following fields of study:

- **Cultural Sociology.** Cultural sociology is the main discipline through which I ground the research. In particular, a key analytical approach underpinning the theoretical framework is the "Perspective of Cultural Production, (PofC)", which helps us to analyse the dynamics of cultural production from a preferably organisational perspective (DiMaggio, 2000; Peterson, 1976, 1994, 2000; Peterson & Anand, 2004; see also Anand, 2000; Dowd, 2007; Santoro, 2008). Other concepts of interest, central to the research are those from neo-institutional theory, in particular, organisational fields (DiMaggio & Powell, 1983; 1991; Scott, 1995); more recently revised by Fligstein and McAdam (2011; 2012) as strategic action fields.

- **Cultural Economics, Urban Studies and Event Management.** Cultural economic studies is undoubtedly the area of study from which most contemporary festivals have been approached as an object of study, mainly in terms of material impact from the perspectives of cultural tourism and urban regeneration. In these fields, there is a fundamental concept that runs transversally through all the research, serving as one of the interpretative cores: festivalscape. We commonly understand contemporary festivals as dynamic and temporary cultural forms, understood as situated, short-term events, shaped by a set of specific aspects we call festivalscape: spatial layout, music, content, aesthetics and user experiences, lighting, promotional material, staff, types of services offered (bars, foodtrucks, bookshops, info-points), atmosphere in relation to other visitors, etc. (see Chen et al, 2019; Lee et. al., 2008; Lee & Chang, 2017; Mason & Paggiaro, 2012; Yang, 2012).

Two other key research concepts are "field-configuring event" (Lampel & Meyer, 2008; Schüßler et al., 2015) and "pulsar-event" (Richards, 2015). Both concepts are of vital importance to approach the study and analysis of the effects of cultural events and festivals understood as social actors, as entities and organisations, which can accelerate, dynamise and consolidate new social structures such as cultural scenes or fields.

- **Popular Music Studies.** Art-historical and sociological studies on the forms of creation, production, distribution and consumption of popular music is also another fundamental theoretical pillar in this research. The concept of "scene" (Straw, 1991; Bennett & Peterson, 2004; Dowd, 2014; Magaudda, 2020; Costantini, 2020), which also appears in the title of this thesis, is a concept of fundamental interest in portraying the relational,

social and networked dimension of the dynamics of cultural production in the field of music (see Crossley 2019; Crossley & Bottero, 2015); and the independent, semi-professional, collective and collaborative character shared by the vast majority of electronic music and digital arts festivals in Europe. Furthermore, another fundamental framework for understanding the context and festivalscapes of electronic music and digital arts festivals in Europe is the study of emerging aesthetics in electronic music (see Blázquez, 2018; Ferguson and Brown, 2016; Lena, 2012; Lena & Peterson, 2008; McLeod, 2001; 2018; Nowak & Whelan, 2018; 2016; Reynolds, 2019; Turner, 2010; Waugh, 2017; Whelan, 2018), especially from the legitimisation of electronic dance music as a practice relevant to “art worlds” (see Becker, 1982; Cluley, 2012; Magaudda, 2017).

- **Art & Humanities.** No less important are the theoretical foundations, especially at the art-historical and aesthetic level, of humanistic studies in the fields of "new media art" (Quaranta, 2010) and “digital art” (Paul, 2016), and the historiography and evolution of creative, research and experimentation centres dedicated to the intersection of science, art, technology and society, such as Ars Electronica, the pioneering Media Lab at MIT in the United States, the ZKM (Zentrum für Kunst und Medientechnologie) in Karlsruhe, Germany. Understanding the key notions, both in socio-technical and art-historical terms, mostly coming from aesthetic studies and art criticism around the notion of "digital art" —singular— and "digital arts" —plural— is fundamental to analyse and understand the formats, aesthetics, contents and consumption experiences we observe in the festivals under study in this research (see Manovich, 2001; Corby, 2005; Graham & Cook, 2010). In this sense, the contributions on electronic dance music culture (EDMC), on the one hand, and the literature generated by the typical spaces for new media art and digital art, beyond galleries, museums and exhibitions, and art, science and technology centres, have been fundamental for this research.

Based on the objectives and research questions presented, and after presenting the theoretical disciplines and fields of study that underpin the theoretical and analytical apparatus of the research, I then explain how and on the basis of what methodology I have designed the research.

Research design and methodology

After presenting the research in terms of substance and content, aims and objectives, I will now present the instrumental materials and methods used to carry it out.

The research has a hybrid and combined spirit, since, on the one hand, it analyses the object of study in depth on the basis of three case studies; but on the other hand, I open the research from a panoramic, exploratory and wide-ranging perspective —carrying out an important documentary work that addresses and maps the reality of digital arts festivals in Europe—. With this research design I address two main aspects: on the one hand, to fill the academic gaps on digital arts festivals; and on the other hand, to root the research design and theoretical framework in the field of study itself, that is, in a grounded and participatory way in the object of study itself, following the methodological approach proposed by Grounded Theory (Charmaz, 2006; Charmaz & Thornberg, 2021). Therefore, at the basis of this research lies an inductive, cumulative and cyclical character, since the approach, documentation and collection of empirical data from the field of study itself has been continuous throughout the research, but also grounded from the embryonic phase of the study, delimiting the theoretical articulation of the research itself.

From this methodological framework, I have articulated a multi-sited, broad-spectrum, qualitative research design based on three levels and phases of research:

1st Phase. (January 2021 - July 2021). Structured documentation and mapping. Due to the existing gap around the present object of study, in the first stage of the research I have developed, in addition to a rigorous review of the scientific literature and the existing academic debate in the field of contemporary festivals, a structured and wide-ranging desk research, with the aim of knowing in a panoramic way the scene of Digital Arts Festivals in Europe. This first phase of research will provide in-depth knowledge of the key aspects of this type of festival, its main characteristics and differences with other types of cultural formats such as professional and commercial fairs, large exhibitions, congresses, symposiums, etc. The selection criteria were divided into two blocks: firstly, I selected both festivals that define themselves as festivals and other similar situated

cultural formats, such as symposia, fairs or meetings, usually accompanied by other terms such as "electronic music and digital arts", "electronic music", "digital creativity" or "music, technology and society"; secondly, I elaborated a matrix based on a set of factors such as geographical heterogeneity, size, trajectory and international recognition. Specifically, only festivals with more than 5 years of existence and an attendance of more than 3,000 people were selected. Due to the impact of COVID-19, festivals that were active before the pandemic but whose continuity was affected at the time of the research were also selected.

The methodology of this first phase, of an exploratory, documentary and broad-spectrum type, aims to know and understand the key aspects of digital arts festivals —understood as a macro-category—, where the object of study is framed: the Electronic Music and Digital Arts Festivals (EMDAF).

2nd Phase (September 2021 - December 2022). Sample selection, documentary analysis and first phase of field research. In a second phase of the research, after generating a list of more than 50 Digital Arts Festivals across Europe, I have selected ten festivals according to the criteria mentioned above, taking into account the access and availability of the members of the organisation of these festivals. From this sample of 10 festivals, I have developed a work of compilation and analysis of documentary and archival material. In particular, while maintaining a panoramic perspective in terms of trajectory and evolution, I have concentrated on the 2018 —pre-pandemic—, 2021 and 2022 editions. In this phase, I have compiled and analysed three types of documents: 1) communicational documentation generated, issued and distributed publicly by the organisation itself (websites, social networks, newsletters, flyers and hand programmes, catalogues, etc.); 2) external specialised documentation, such as reviews in specialised press or fanzines, radio programmes or podcasts, interviews or appearances in the public press; 3) academic publications or literature, such as books, articles or proceedings of symposiums and conferences.

I then conducted a first round of semi-structured in-depth interviews, with the perspective of cultural production as a background theoretical framework (see Peterson, 1994; Peterson & Anand, 2004; Reyes-Criado, 2023). Following the methodological approach proposed by grounded theory (Charmaz, 2006), the interviews have been transcribed and

subjected to a triple cycle of coding according to dimensions of interest, emergence, identification and categorisation of analytical concepts, contradictions or differences. The aim of these semi-structured in-depth interviews, lasting between 50 and 90 minutes, was to identify themes, arguments and dimensions of interest grounded and rooted in the object of study itself.

Finally, I carried out an ethnographic visit with favourably negotiated access to 8 of the 10 festivals in the exhibition, carrying out several in-depth interviews in person, as well as participant observation during the 2022 edition:

- L.E.V. Festival. Laboratorio de Electronica Visual, Gijón (Spain), from 26 April to 2 May 2022.
- MMMAD Festival Urbano de Arte Digital de Madrid, Madrid (Spain), from 4 to 31 May 2022.
- Sónar Festival. Music, Creativity and Technology, Barcelona (Spain), 16-18 June 2022.
- ROBOT Festival. Electronic Music and Digital Arts Festival, Bologna (Italy), 5 to 10 October 2022.
- Semibreve Festival. Electronic Music and Digital Arts Festival, Braga (Portugal), 22 to 29 October 2022.
- Mucho Flow. Avant-garde multi-venue music festival, Guimaraes (Portugal), 3-6 November 2022.
- MIRA Festival. Digital Arts Festival, Barcelona (Spain), 7 to 12 November 2022.
- Dancity Festival, Foligno (Itatia), 26-30 December 2022.

For the other two festivals not visited in person, mainly for logistical or access reasons, only the compilation and analysis of documentary and archival material has been carried out:

- Rockolektiv Festival, Bucharest (Romania).
- Unsound Festival, Krakow (Poland).

In addition, visits have been made to two other events of particular interest for the research, despite the fact that they are not self-defined as digital arts festivals but as biennials or symposia respectively. At these events, I have enjoyed being a listener as well as carrying out structured documentation and participant observation, and I have also been able to carry out some semi-structured interviews of shorter duration with the organisers or directors, particularly in Braga. Attendance at these two events has been of particular scientific interest for the research as it has allowed me to analyse in depth the differences between the festivals selected in the sample and other types of similar situated cultural formats —such as biennials or symposia in this case, but with a similar thematic identity— and thus clarify the conceptualisation and categorisation of the object of study:

- INDEX Biennial of Art and Technology, Braga (Portugal), 12-22 May 2022.
- ISEA. 27th International Symposium on Electronic Art, Barcelona (Spain), 9-16 June 2022.

3rd Phase. (February 2022 - November 2023). Complete development of the field research based on 3 case studies: the Semibreve festival in Braga, the MIRA festival in Barcelona and the ROBOT festival in Bologna. After completing the first phase of the research and moving forward with the compilation and analysis of documentary and archival material, the first results and conclusions indicate that there is a specific and well-defined typology of festivals, characteristic throughout Europe: the Electronic Music and Digital Arts Festivals (EMDAF). This type of festival, in continuous growth and expansion since the mid-2000s, especially in Europe, is characterised by giving priority to contents, experiences and formats more related to the emerging aesthetics of Electronic Dance Music Culture (EDMC) than to New Media Art or digital art. Therefore, from this third phase onwards, after concluding the exploratory and panoramic research phases and extensive field research work, I concentrate on multi-sited field research based on 3 case studies that I will analyse in depth throughout this thesis.

This empirical study phase runs concurrently, complementary, cumulative and consequential to the second phase —starting in February 2022— and is structured around five research tools:

- 7 semi-structured in-depth interviews with the director(s) of each of the case study festivals, between 60 and 90 minutes.
- 20 semi-structured interviews of shorter duration, between 20 and 30 minutes, with each of the members of the driving team of each festival, between 4 and 10 interviews per case study.
- Participant observation during the entire main event of the festival, at least during the 2022 edition.
- 3 ethnographic visits of at least one week's duration during the 2022 and 2023 editions, closely following and shadowing, observing the modus operandi of the directors and coordinators of each of the festivals - mainly in the areas of production and communication - during the weeks prior to and during the celebration of the event.
- 6 semi-structured interviews of a shorter duration, between 20 and 35 minutes, with relevant agents of contemporary culture in relation to the fields of electronic music and digital creativity, relatively external to each of the festivals, mainly from the field of specialised journalism or cultural policies.

The number of interviews conducted, particularly those in group (2), has been determined by data saturation, i.e. the degree to which new data repeat what was expressed in previous interviews (Saunders et al. 2018).

To recapitulate, the research design combines structured documentation work of a panoramic and exploratory nature with empirical research in the field of study based on specific case studies. In a first phase, digital arts festivals in Europe have been mapped, generating a list of more than 50 festivals. I then selected a sample of 10 festivals according to the criteria outlined above. After compiling, organising and analysing documentary and archival material from this sample, semi-structured in-depth interviews were conducted with directors or representatives of these festivals, as well as in-person field visits for the purpose of participant observation and structured on-site documentation. After identifying a specific festival typology —Electronic Music and Digital Arts Festivals (EMDAF)—, I complete the field research design based on three case

studies in Southern Europe: the Semibreve festival in Braga, the MIRA festival in Barcelona, and the ROBOT festival in Bologna.

Therefore, the analysis and writing of this doctoral thesis brings together all the research materials and results collected from the first phase of the research, but obviously, with a greater emphasis and prominence on the three selected case studies, which I have analysed in depth with up to five research instruments and methods. On the other hand, the complementary, cyclical, cumulative and consequential interrelationship between the three research phases has been fundamental. This cyclical, flexible and combined sense brings the richness of the multi-faceted and panoramic view on the field of study, especially in terms of characterisation, description, conceptualisation and theoretically grounded categorisation of the object of study (Charmaz, 2006; Charmaz & Thornberg, 2021). Another advantage of this research design is the degree of compensation offered by the combined sample, ranging from a mapping of more than 50 festivals - in the first phase - to a selection of 10 festivals - in the second phase - to the 3 case studies I analyse in depth. This has made it possible to compensate for differences in access to the field, as well as to compensate for the sometimes lack of communication documentation, or for face-to-face visits that can unexpectedly become complicated to carry out due to the lack of availability of the personnel to be interviewed during the dates set for the interviews.

After having presented the research design and the methodology I put into practice to address the objectives of the study and answer the research questions, I now present the structure of the doctoral thesis, starting with each of the chapters that comprise it.

Structure of the doctoral thesis

In general terms, the doctoral thesis has two main parts: a first part, with three chapters, dedicated to the literature review, the explanation of the theoretical and analytical framework and a third chapter dedicated to the methodology and research design; and a second part of empirical character where I describe, expose and analyse the results of the research, which consists of 5 chapters. Below, I present them point by point.

Chapter 1. "From post-traditional festivals to Electronic Music and Digital Arts Festivals (EMDAF)". After concluding this introduction, I dedicate a first chapter to review the scientific literature in the field of contemporary festivals, mainly from socio-anthropological, humanistic and aesthetic studies, and from cultural economic studies. Cumulatively, I present the general scope of the research on the basis of two fundamental notions for the study of contemporary festivals today, namely "post-traditional festivals" and the "festivalisation of culture". Finally, after addressing the academic debate around contemporary festivals, I present the context of European digital arts festivals, which helps us to characterise and theoretically and analytically ground the object of the research. After presenting two of the main global references in the field of digital arts festivals— the Ars Electronica festival in Linz and the Sónar festival in Barcelona —I propose a starting definition for this emerging macro-category of festivals, in continuous growth since the 2000s all over Europe. In this way, the chapter ends by introducing the context in which European digital arts festivals are born and expand, from a historical, aesthetic and symbolic perspective: a context between dance floors and the "science-art-technology-society" debate, participatory spaces for New Media Art, and the evolution of Electronic Dance Music Culture (EDMC) and the rise of electronic music festivals from the 1990s onwards.

Chapter 2. "Theoretical foundation of the object of study: key concepts and analytical approaches". In this chapter I present, explain and define in depth the theoretical foundation and analytical framework that underpin the definition and conception of the object of study: electronic music and digital arts festivals (EMDAFs). Given the methodology employed and the research design based on Grounded Theory (Charmaz, 2006), this chapter gathers the first conceptual and analytical results of the first approach to the research field.

In the first part of the chapter I characterise and conceptualise the object of study through two analytical levels emerging from the notion of "festivalscape": 1) EMDAFs understood as permanent organisational structures, active throughout the year, especially in terms of communication and public, institutional and financial relations, to successfully hold their events; 2) EMDAFs understood as "event-vitrines", i.e. from the situated, performative and living dimension of their ephemeral or short-lived events. The notion of event-vitrine

is also one of the conceptual outcomes of the research, emerging as an analytical category in the field research, especially during the ethnographic visits and interviews with the ROBOT festival team in Bologna. Although there are other similar notions such as "showcase festival", the notion "event-vitrine" refers to the main event of the annual calendar of a given festival, serving to qualify and differentiate the main event from the other smaller activities and practices that EMDAFs celebrate and organise throughout the year, which usually require a smaller amount of effort and resources and, consequently, generate less impact. Therefore, in this second chapter I address the key concepts and analytical dimensions for approaching the object of study in a theoretically grounded way. Specifically, I review the following concepts and approaches:

- The cultural production perspective and the six facets of cultural production (Peterson, 1976, 1994, 2000; Peterson & Anand, 2004; see also Anand, 2000; DiMaggio, 2000; Dowd, 2007; Santoro, 2008).
- Organisational fields (DiMaggio & Powell, 1983; Scott, 1995), strategic action fields (Fligstein & McAdam, 2012), driving events (Richards, 2015) and field-configuring events (Lampel & Meyer, 2008; Colombo, 2017; Colombo & Richards, 2017).
- The evolution and revision of the notion of "scenes" (Bennett & Peterson, 2004; Bennett & Rogers, 2016; Costantini, 2020; Straw, 1991).
- The notions of "festivalscapes" (Lee et al., 2008; De Geus et al., 2016; Mason & Paggiaro, 2012; Morgan, 2008, Pegg & Patterson, 2010).
- The emerging analytical category of the event-vitrine (Reyes-Criado, 2023).

Chapter 3. "Research design and methodology". In this chapter, I justify how I have planned the development of the research in instrumental and methodological terms, explaining how I have applied the tools and methods to answer the research questions and objectives set out with this study. I also attach several tables that describe graphically and synthetically how the data that empirically support the research were compiled, managed and analysed.

Chapter 4. "The aesthetic, situated and material dimension of the event-vitrine". In this fourth chapter of empirical foundations, I describe, characterise and analyse what EMDAFs' festival-events are like, that is, from the situated and presential dimension of the festival understood as a short-term event, based on the review of one of the key concepts of this research: festivalscape (Lee et al., 2008; De Geus et al., 2016; Mason & Paggiaro, 2012; Morgan, 2008, Pegg & Patterson, 2010).

Through each of the case studies —the Semibreve festival in Braga, the MIRA festival in Barcelona and the ROBOT festival in Bologna— I describe and analyse what the events of these festivals are like: the types of formats according to the use and distribution of spaces and locations, the experiences offered and the reception of the public and audiences, the infrastructures put in place and the services offered, the staff, and of course, the aesthetic dimension, the content and the programming offered.

Chapter 5. "The internal organisational dimension". In this first chapter of empirical character, I address the internal organisational dimension of EMDAFs on the basis of the theoretical framework and analytical approach derived from the cultural production perspective and the six facets of cultural production (Peterson, 1976, 1994, 2000; Peterson & Anand, 2004; see also Anand, 2000; DiMaggio, 2000; Dowd, 2007; Santoro, 2008).

The argument of the chapter is framed in the internal organisational dimension of the EMDAFs understood as permanent and active organisational structures throughout the year, which cultivate a complex communicative apparatus and also interact with other key cultural agents, sponsors, partners, public institutions and other entities in their own sphere and in proximate fields. From a perspective that analyses in detail the organisational dynamics of the teams of people who organise and put into practice this type of festivals, in the chapter I characterise, describe and analyse the core-driving force of each of the festivals examined as case studies, their organisational structures —pyramidal hierarchies and shared and collective leadership—, the main creative areas or departments of EMDAFs —direction, production, communication—, the work rhythms of the professionals involved, and other key areas of the EMDAF organising team such as hospitality, security, harm prevention organisations or information points, and finally, volunteering.

The empirical materials used are mainly the semi-structured interviews —both in-depth and short-term—, the data generated from participant observation and ethnographic visits, as well as the first phase of research based on the analysis of documentary and archival material. In general terms, although some materials and data collected from the list of 10 festivals selected in the second phase of the research are analysed and put into dialogue, the empirical materials from the third phase of the research and the 3 case studies analysed in depth appear with greater weight and importance.

Chapter 6. "The economic dimension and institutional life". In this second chapter of empirical character I analyse the forms of financing and organisation in material and economic terms of the EMDAFs.

The theoretical and analytical references continue to be, as in the previous chapter, the cultural production perspective and the six facets of cultural production. However, neo-institutionalist theory is also present with the notions of organisational fields and fields of strategic action —especially in the second half of the chapter, dedicated to the dynamics of institutional and organisational relations between EMDAFs and other public, governmental, sectoral or neighbouring organisations (DiMaggio & Powell, 1983; Fligstein & McAdam, 2012; Scott, 1995)—.

Continuing with the line of argument of studying festivals not only as short-term events but as permanent and active organisations throughout the year, in this chapter, in addition to the obvious marketing strategies —mainly ticket sales and direct income during the festival-event— I analyse the other financing and material support strategies that festivals put into practice throughout the year in order to successfully hold their festival-event: sponsorships, partnerships, collaborative networks, "Creative Europe" projects and platforms, and the role of institutional relations, governmental agreements and access to and participation in cultural policies through grants.

The empirical materials used are mainly semi-structured interviews —both in-depth and short—, data generated from participant observation and ethnographic visits, as well as the first phase of research based on the analysis of documentary and archival material.

Although I include some materials and data collected from the list of 10 festivals selected in the second phase of the research, the analysis is mainly articulated from the empirical materials belonging to the third phase of the research and the 3 case studies analysed in depth.

Chapter 7. "The communicational dimension". In this third chapter of empirical character I describe, characterise and analyse how EMDAFs communicate.

The main theoretical reference is the notion of "festivalscape", which, although coming from specific studies on events and festivals, or more generally, from studies on Tourism and Leisure, has traditionally only served to characterise and define the apparatus of stimuli and information present—in person— during the development of a given event. The festivalscape is the set of strategies and tools that make up the identity and authenticity of a given festival. However, are not the communicative practices and the organisational and institutional relations that festivals engage in for their promotion and marketing also part of the festivalscape?

The argument of this chapter interprets EMDAFs not only as short-lived events, but as organisations that, in addition to working throughout the year in terms of organisational and institutional relations to consolidate each edition materially and financially, develop a communicative dimension with the community of supporters on an ongoing basis, with the aim of cultivating engagement and attraction among their audiences and successfully marketing their tickets, in addition to the dissemination of other projects and activities.

Therefore, in this chapter, I focus on describing and analysing the main communicative practices of festivals as part of the festivalscape of a given festival, clarifying how they respond to the organisational and economic needs of festivals, and of course, in terms of authenticity, identity and engagement with the community of fans and audiences. Specifically, I explain and analyse the functioning and role of websites and the implementation of corporate visual identity, the use of social networks, email marketing and newsletters, and the presence and collaboration with specialised media.

In this chapter, although the semi-structured interviews play an important role in terms of communication strategies and working rhythms - especially of short duration, with those responsible for communication and design in each of the case studies analysed —the textual, discursive and documentary analysis has a greater weight—. In this sense, documentary and archive data have been managed, such as screenshots of websites, current websites, communication materials such as flyers, hand programmes or posters, press kits issued by the organisation itself, analysis of the two main profiles on social networks —Instagram and Facebook— as well as analysis of news bulletins or newsletters.

Chapter 8. "The network dimension: festivals as professionalised networks, as driving events and field-shaping events". In this fifth chapter of empirical foundations, I analyse the instrumental capacity of EMDAFs to configure professionalised scenes (Costantini, 2020), or to function as "driving events" (Richards, 2015) or "field-shaping events" (Lamper & Meyer, 2008), energising or consolidating the professional and creative fabric of a sector in a territory where it had not yet been developed.

In addition to the concepts just cited, it is also very important in this chapter to take up the framework offered by the "cultural production perspective" and the "six facets of cultural production", in that we will examine the instrumental value of EMDAFs in terms of impact and boosting the professional careers of the creative workers and volunteers who participate in these festivals (Peterson, 1976, 1994, 2000; Peterson & Anand, 2004; see also Anand, 2000; DiMaggio, 2000; Dowd, 2007; Santoro, 2008).

In this sense, I will analyse, from the perspective of the micro to the macro, first the impact on the core-driver of the festival, in terms of professional careers; the effects of these festivals in terms of creating collaborative networks, generating new opportunities and projects, scenes and other forms of collaboration and partnership in the sector; the role of the "Creative Europe" projects and platforms; and finally, I will demonstrate how the specific case of the Semibreve festival has functioned as an event-driver and field-shaping event for the city of Braga and the northern area of Portugal.

The arguments I develop in this chapter are based on empirical materials of a different nature: on the one hand, the fieldwork carried out in the third phase of the research on the basis of the three case studies analysed in depth, where participant observation, ethnographic visits and semi-structured interviews play a key role, is fundamental. On the other hand, especially in the following points dedicated to forms of collaboration, networks, scenes, and "Creative Europe" projects, although the aforementioned fieldwork continues to be crucial, the weight of the compilation and analysis of documentary and archival material once again plays a major role. In this sense, especially with regard to the "Creative Europe" projects studied in the research, we have analysed texts and discourses recovered from communicational materials such as catalogue publications and project reports, as well as websites, social networks and reviews in specialised media.

Finally, the case of the Semibreve festival in Braga acquires a leading dimension in the analysis and explanation of how this festival has served and continues to function as an event-driver and field-shaping event that is generating a structural change in the city of Braga, acting as a key social actor in the consolidation and professionalisation of the creative fabric in the fields of electronic music and digital arts. Here, in addition to the ethnographic work and interviews with key agents in the cultural policies of the city of Braga, the compilation and analysis of municipal corporate documentation such as the "Strategic Plan for the Economic Development of Braga", or the plan "Braga Cultural Strategy 2020-2030", where Semibreve appears as a key player in the territory, has been fundamental.

In terms of general structure and organisation of the content, all the chapters present a brief introduction in which the theoretical framework and main analytical approaches developed during the length of the chapter are presented, as well as the arguments and interpretative lines developed and the description of the empirical materials analysed. On the other hand, at the end of each chapter, I gather the main contributions and results by way of conclusions, which helps to capture the consequential and cumulative sense of the research during the reading of the doctoral thesis itself. Finally, in terms of style, I have opted for a narrative formula that often uses listing or highlights, with the aim of

optimising the fluidity and agility of reading and the graphic and visual accessibility of the manuscript.

Then, after describing the key points of the research, I end with a section dedicated to the key concepts of the study, which aims to clarify in a very synthetic way the main concepts, notions or analytical categories essential for an optimal and successful understanding of this doctoral thesis, from beginning to end.

Clarification of key concepts

In this section I present the key concepts that underpin and frame the analytical context of the research, from the general to the specific. I begin by presenting the academic debate of the last two decades in the field of contemporary festivals and the progressive process of festivalisation, eventification or spectacularisation of culture, from a mainly humanistic, aesthetic and sociological perspective. After introducing the notion of festivalscape, a core and transversal concept in this research, which forms a fundamental territory of analysis in this doctoral thesis, I present one of the emerging analytical categories, constructed and resulting from this research: event-vitrine. Finally, more specifically, after presenting the concept of music scenes, which has served in recent decades to explain and categorise organisational and social phenomena in the field of popular music, I introduce the conceptual basis of two key notions in the field of Cultural Economics: field-configuring event and pulsar-event, of great importance in the study of the effects that electronic music and digital arts festivals produce in their corresponding cultural fields.

“Post-traditional festival”. Although it functions in a similar way to the generic term "contemporary festival", it is a notion that is very present in socio-anthropological studies in the field of festivals over the last decades, which interpret festivals as catalysts of cultural innovation and as beacons of creativity and expression of public culture (Sassatelli, 2011). In contrast to the traditional format, fetes or carnivals, post-traditional festivals are radically influenced by processes of globalisation, mobility and cultural pluralisation (Bennett et al., 2014). Most recent scholarly approaches to contemporary festivals start from the theoretical framework of Sassatelli's definition of post-traditional

festivals as sites of manifestation of public culture and its aesthetics. According to Sassatelli (2011), 'sociability' —in terms of face-to-face interaction and participation— is a fundamental concept in the study of post-traditional festivals, which are characterised by the intense and lively nature of the performative and participatory dimension of culture and operate as catalysts of aesthetic cosmopolitanism. "Hybridity" —of different art forms, expressions and relations between audiences and cultural production— is also another key element of post-traditional festivals that contrasts with the more purist pursuit of authenticity or aesthetic homogeneity. Another key aspect of post-traditional festivals revolves around how they cultivate the instrumental value of networks: post-traditional festivals often act as hubs and drivers of professional careers in the field, i.e. they serve as a bridge between professionals and stakeholders in the specific field and even act as a gateway and accelerator for other networks of events and activities, which take advantage of the festival to become visible (Colombo and Richards, 2017; Richards and Jarman, 2021).

"Festivalisation of culture". Although today we know and use the term "festivalisation" in a similar sense to its analogue "eventification", to refer to the continuous and growing flourishing of events and festivals in our cities —and also rural areas— the term appears in the 1970s in relation to the construction of urban identity through cultural or arts festivals (Mulder et al., 2020). In the first decade of the 2000s, the concept of festivalisation has been widely received and debated, also under other notions framed within festivalisation as a strategy for urban planning and regeneration: "cultural programming paradigm" (Hitters, 2007), "hyper-festivity" (Richards, 2010), "eventification" (Jakob, 2013). In general terms, the notion of festivalisation, and also the earlier notion of post-traditional festival, refers to the process of flourishing contemporary festivals and their progressive consolidation as the main situated and participatory cultural format in our cities for at least three decades. Europe, in particular, has seen a growth from less than 1000 festivals to more than 30 000 cultural festivals in the second half of the 20th century alone, thus generating a complex web of professionalised networks, scenes, sectors and industries in each of their corresponding fields (Yeoman et al., 2015).

Festivalscape. We commonly understand contemporary festivals as dynamic and temporal cultural forms, that is, from their situated and performative, presential and physical dimension, understood as events, configured from a set of specific aspects that we call festivalscape: spatial layout, music, content, aesthetics and user experiences, lighting, promotional material, staff, types of services offered (bars, foodtrucks, bookshops, information points), the atmosphere in relation to other visitors, etc. (see Chen et al., 2019; Lee et al., 2008; Mason & Paggiaro, 2012). In this sense, we can say that the festivalscape is the set of strategies and tools that shape the identity and authenticity of a given festival.

The term festivalscape has been used over the last decades in the academic community, especially in tourism, leisure and event management studies, in relation to the study of festivals as dynamic and temporary forms, such as short-term events or happenings. At its core, scape, understood as environment, ambience or atmosphere, embodies a clear spatial dimension, based on the stimuli —both practical and tangible, as well as symbolic or immaterial— emanating from the physical space where the event itself takes place (Mason & Paggiaro, 2012).

"Event-vitrine". The emerging notion "event-vitrine" is an analytical category resulting from the field research itself in early 2022, specifically, arising with the case study of the ROBOT festival in Bologna. Although we found a similar term in the field of event and festival studies —"festival-showcase" or "showcase festival" (see Ahlers, 2021; Brzozowska & Galuszka, 2023; Galuszka, 2022; Everts et al., 2021; Inglis, 2021)— and we found some key studies on the future of contemporary festivals (Robertson et al., 2015) in recent years, its use has been rather vague and generic.

Although the term "showcase festival" comes from the professional field (see INES, Innovation Network of European Showcases), its academic revision does not seem very justified in terms of categorising a particular type of festival, as it only addresses the situated and performative dimension of the festival understood as a short-term event, without addressing the organisational, relational, institutional and communicational character that they cultivate throughout the year. Although the notion of festival-showcase can function correctly in a generic way, as it highlights the instrumental value of many of the festivals studied in this research, especially if we think of the professional careers of young emerging artists, it is an incomplete and imprecise term as it distances us from

understanding these organisations dedicated to cultural production as something more than ephemeral events of one weekend a year. Thanks to their communicative, organisational and institutional practices, cultivated throughout the year, the EMDAFs make this instrumental and network value publicly visible during their showcase events. The use of the term "showcase" qualifies the relationship of the main event, the main and "shining brightest" activity in the whole year, and through which a given festival, in the fields of electronic music and digital arts, manages to project its brand and reputation among its audience at a professional level, thus achieving profitability and successfully holding other activities, practices and side events throughout the year.

Music scenes and professionalised networks. The notion of "scene" has served as a framework for the study of phenomena, situations, relationships and devices around the production, distribution, performance and reception of popular music since the mid-1990s (Straw, 1991; Bennett & Peterson, 2004). The identity of each scene is based on certain specificities defined by the ways in which its actors interrelate and participate in the dynamics of music production, both on a symbolic, cultural and aesthetic level, and on a material, organisational, structural and infrastructural level (see Dowd, 2014; Magaudda, 2020). Thus, we can say that music scenes studies focus on situations where artists, performers, audiences and fans, collectives or organisations, interact collectively and transversally to enhance a certain musical phenomenon called scene (Bennett & Peterson, 2004: 3). Bennett and Peterson (2004) propose three types of scenes: local scenes, marked by a notable and specific geographical dimension and roots; trans-local scenes, which, even with a marked local character, are characterised by sharing aesthetic preferences across borders; and virtual scenes, on the rise with the expanded use of the internet, characterised by the integration of geographically separated actors spread all over the world into the same specific scene. Finally, a notion inherited from the concept of the scene is that of "musicalised networks" (Costantini, 2020). From this concept, Costantini (2020) expands the concept of musicalised networks from three types of networks, with different socio-economic logics and with the capacity to overlap each other: stylistic networks, dedicated to eclectic niches and multiple musical styles; local networks, with a strong connection to local spaces, usually focused on popular genres—as opposed to the niche-genres of the stylistic networks—. Finally, professionalised

networks, which are generated from organisational and institutional dynamics —record labels, venues, organisations, entities, booking and event agencies, etc—.

Pulsar-events. Although it is a concept that has not had much impact, explains the instrumental capacity and effects of events understood as social actors, in the perspective of Action-Network-Theory (ANT) (Richards, 2015), focusing on the capacity of festivals to stimulate, trigger or implement systemic changes in the social structures - or in the cultural fields - of a given territory. According to Richards, events can have effects of many kinds, among them, when they are important events for a territory, they can generate iterative or pulsating effects —I have used "motors" in the Spanish translation—. For this, it is essential to understand how a given event —or contemporary festival in our case— affects the concatenation of other events and the network of events in that same territory, generated or affected by the influence of that particular event. In this sense, the concept suggests, in a similar way to the "cultural production perspective" or "the six facets of cultural production" approaches, that festivals and events should be considered as social actors and need to be analysed in terms of human, relational, organisational, institutional and material infrastructures.

Field-configuring event. "Field-configuring event" (FCE) is a recurrent concept in the study of the effect of festivals and events, very present in studies on events, tourism and cultural leisure since the mid-2000s (Lamper & Meyer, 2008). The conceptual core of the notion of FCE is based on the fact that certain highly influential and impactful events, such as large carnivals, trade or technology fairs, symposia and relevant conferences can encapsulate, determine the development and shaping of a certain sector (Lampel & Meyer, 2008; Schüßler et al., 2015). Recently, based on the case study of the Sónar festival in Barcelona, Colombo and Richards (2017) have shown how the world's most important festival for the field of electronic music functions as an FCE, both locally and internationally, serving as platforms where professionals and stakeholders in the sector should meet to exchange ideas, to network, to establish their position and to find out what is going on in the sector. In this research, besides serving as a lighthouse in the conceptual framework to guide the analysis of the effects and instrumental value of the EMDAFs, it will be a fundamental concept in that I will analyse how the Semibreve festival in Braga has served and continues to function as an event-driver and field-shaping event:

generating structural change in the city of Braga, acting as a key social actor in the consolidation and professionalisation of the creative fabric in the fields of electronic music and digital arts.

In this introduction I have argued the needs, interest and whys of this research, justifying the object of study and putting it in context. After introducing the purpose of the research, the specific objectives of the study and the rationale of the research questions, I frame the fields of study in which I position myself during the research and the methods I use to carry it out. Finally, after going through the structure of the thesis itself, presenting the arguments and analyses developed in each of the chapters, we have understood the key concepts that underpin this research.

This introduction, which provides an overview of the main aspects of the research and explains how it has materialised in the eight chapters that shape this doctoral thesis, aims to act as a compass and key coordinate to guide the optimal understanding of this doctoral thesis. Similarly, in order to guide and accompany in a consequential and cumulative way the understanding of the work, in each chapter, I will open the presentation of my arguments and results with a short introductory text that helps to contextualise and frame the theoretical development that follows throughout each chapter. In the same vein, at the end of each chapter, I will dedicate a few pages to conclude, recapitulate and synthetically discuss the results emerging in that chapter.

In this way, we hope to achieve an in-depth understanding of this research, in a fluid and agile way, aiming to contribute to the academic debate in the field of contemporary festivals and to shed light on the role that electronic music and digital arts festivals play in our South European societies and cities.

CAPÍTULO 1

DE LOS FESTIVALES POST-TRADICIONALES A LOS FESTIVALES DE MÚSICA ELECTRÓNICA Y ARTES DIGITALES (EMDAF)

Hasta hace no muchos años, asistir a un festival de artes era algo excepcional y estaba considerado una especie de experiencia relacionada con la alta cultura, el turismo cultural o el ocio refinado. Ir a la Bienal de Venecia, a la Berlinale de Berlín o al festival Sónar en Barcelona, era algo relativamente exclusivo que no se encontraba fácilmente en cualquier ciudad, ni siquiera en formatos similares más modestos o reducidos. Sin embargo, hoy en día, es habitual que la gran mayoría de urbes de buena parte del mundo hospeden festivales de todo tipo: de gastronomía, de tradiciones, de música, de arte contemporáneo, de cine o literatura, de tecnología o videojuegos, de arte urbano, etc.

El proyecto de investigación que fundamenta esta tesis doctoral surge de observar de forma activa, tanto como ciudadano y usuario habitual de este tipo de manifestaciones y como profesional de la producción cultural, cómo en la última década, numerosos festivales de artes, y en especial de artes digitales, aparecían y se multiplicaban por toda Europa. De esta observación surge el interés de estudiar y analizar en profundidad el fenómeno de los festivales de artes digitales en Europa. Más específicamente, el objetivo final de esta investigación es analizar el papel de los festivales artes digitales y música electrónica ("*Electronic Music & Digital Arts Festivals*") (EMDAF) europeos en los campos culturales de la música electrónica y las artes digitales. Es decir, estudiar este tipo de festivales como actores sociales y organizaciones clave en la producción cultural y

artística actual europea, en concreto, en los sectores de la música electrónica y la creatividad digital.

En este primer capítulo presento los resultados de compilar, seleccionar, revisar y analizar la literatura científica más relevante en el ámbito de los festivales contemporáneos, con el propósito de orientar teórica, temática y analíticamente el estudio y el diseño de esta investigación. He realizado un trabajo exploratorio en búsqueda de los estudios previos en el campo, principalmente desde los estudios socio-antropológicos, estéticos e histórico-artísticos, en los estudios sobre música popular y sobre eventos, ocio y turismo cultural.

El capítulo comienza contextualizando el paradigma de la festivalización de la cultura en Europa (ver, por ejemplo, Bennett et al., 2014; Giorgi et al., 2011), presentando las contribuciones más relevantes en torno al estudio de los festivales de artes en la actualidad desde los campos de la sociología cultural, desde los estudios económicos de la cultura y los estudios urbanos. Como resultado de esta primera fase de documentación y revisión de la literatura seleccionada, a partir de la segunda mitad de este capítulo, presento un marco definitorio sobre los Festivales de Artes Digitales (DAF) y su contexto. Por último, revisaré el estado del arte en torno a los ejes temáticos y estructurales del objeto de estudio al que dedico esta tesis doctoral —los festivales europeos de música electrónica y artes digitales—, que me permitirá plantear un diseño de la investigación preciso y calado sobre el ámbito y objeto de la investigación.

1.1. Las nociones “festivalización” y “festival post-tradicional”

Desde principios del siglo XX, los estudios socio-antropológicos sobre la cultura han mostrado un constante y creciente interés por muchos de los elementos que construyen el significado de lo que podemos entender hoy en día por festival. Entre los trabajos más destacados, encontramos los de Durkheim (1912) y Caillois (1958), que aluden a aspectos religiosos y espirituales o sagrados, o Turner (1982) y Falassi (1987), que se centran en elementos rituales. En este último trabajo, Falassi define un festival como

"una ocasión social, periódicamente recurrente, en la que, a través de una multiplicidad de formas y una serie de acontecimientos coordinados, participan directa o indirectamente y en diversos grados, todos los miembros de una comunidad unida por vínculos étnicos, lingüísticos, religiosos, históricos y que comparte una visión del mundo" (1987, p. 2). En las últimas décadas, ha crecido el interés por los festivales contemporáneos como catalizadores de la innovación cultural y como faros de creatividad y expresión de la cultura pública. A diferencia del formato tradicional, los festivales post-tradicionales están radicalmente marcados por los procesos de globalización, movilidad y pluralización cultural (Bennett et al., 2014).

Según Bennett, Taylor y Woodward (2014), podemos entender los festivales como "formas importantes de participación social y cultural, utilizadas para articular y comunicar valores compartidos, ideologías y mitologías centrales para la visión del mundo de comunidades relativamente localizadas" (p. 1). El término "festival post-tradicional" ha sido legitimado por los estudiosos en la última década como un concepto clave en torno al creciente interés por la "dimensión viva" (Sassatelli, 2011) de la cultura y la "festivalización de la cultura" (Bennett et al., 2014). Al igual que sus homólogos tradicionales, los festivales post-tradicionales también pueden considerarse acontecimientos o encuentros con intereses temáticos específicos que incorporan un diálogo sobre la identidad, la comunidad, la localidad y la pertenencia, canalizado a través de diversas formas, normalmente actividades participativas (talleres, conferencias, conciertos, etc.). Sin embargo, según Sassatelli, figura académica destacada en el análisis de los festivales post-tradicionales desde la perspectiva de la sociología cultural, los festivales actuales se ven radicalmente determinados por la progresiva fragmentación de la cultura y la pluralización cultural, por lo que ofrecen un estudio de caso fabuloso sobre identidades y estilos de vida, flujos de movilidad y cosmopolitismo (Sassatelli, 2008). El principal aspecto que define y caracteriza a los festivales post-tradicionales es su valor como expresión de la estética de la cultura pública actual. Así, la tensión entre los flujos de movilidad y el cosmopolitismo, la producción artística y la creatividad como expresión del debate democrático se encuentra en el núcleo de la identidad compartida de todos los festivales post-tradicionales (Sassatelli, 2011).

En esta línea, aunque no encontramos una definición clara sobre el concepto de *festivalización de la cultura*, podemos entenderla como el proceso por el cual la producción cultural ha sido progresivamente, sobre todo a partir de los años 90', escenificada y puesta en práctica a partir de formatos y contextos radicalmente situados y performativos. Debido a su raíz semántica compartida, solemos asociar la noción de festivalización al auge de los festivales contemporáneos. Incluso a veces, sobre todo en medios de comunicación no especializados, encontramos un uso despectivo del término festivalización, asociándolo al turismo de ocio masivo.

En la primera década de los años '2000, el concepto de festivalización ha venido ampliamente recepcionado y debatido, también bajo otras nociones enmarcadas en la festivalización como estrategia de planificación y regeneración urbana: "paradigma de la programación cultural" (Hitters, 2007), "hiperfestividad" (Richards, 2010), "eventificación" (Jakob, 2013). En términos generales, la noción de festivalización, y también la anterior noción de festival post-tradicional, hacen referencia al proceso de floración de festivales contemporáneos y su progresiva consolidación como principal formato cultural situado y participativo en nuestras ciudades desde hace al menos tres décadas. Particularmente, Europa, ha visto pasar de menos de 1000 festivales a más de 30 000 festivales culturales tan solo en la segunda mitad del siglo XX, generando así un tejido complejo de redes profesionalizadas, escenas, sectores e industrias en cada uno de sus campos correspondientes (Yeoman et al., 2015). Sin embargo, cuando hablamos de festivalización de la cultura, debemos pensar también en la constelación de formatos basados en la experiencia del usuario y en la dimensión viva de la cultura: certámenes, concursos, entregas de premios, celebraciones, ferias, jornadas, exposiciones, muestras, etc.

En la última década del siglo XX, la gran mayoría de los países europeos han ido llenando su agenda cultural de un buen número de festivales de todo tipo, tanto en ambientes urbanos como rurales (ver Gibson & Connell, 2012), muchos de ellos dedicados a las artes y la cultura contemporánea. Desde el punto de vista material y económico, los festivales han ido revelándose poco a poco con un contexto atractivo en términos de impacto y regeneración urbana, en buena parte gracias a su poder para generar flujos de movilidad, turismo, ocio y sostenibilidad (Picard & Robinson, 2006; Robinson & Picard, 2004; Roche, 2011). Son justamente estos festivales

contemporáneos, en continuo crecimiento sobre todo en los últimos 30 o 40 años, los que conocemos como post-tradicionales: aquellos festivales condicionados por la globalización, por la fragmentación y la pluralización cultural. De esta manera, los festivales post-tradicionales siguen creciendo y llenando nuestros entornos, siendo cada vez más protagonistas de nuestros calendarios y del tiempo libre que dedicamos a la cultura, la convivencia y los estilos de vida centrados en el ocio y el turismo cultural.

Los festivales post-tradicionales suelen celebrarse en espacios urbanos y en ciudades de tamaño medio o grandes capitales, y ofrecen un variado programa cultural multidisciplinar que suele ir más allá del tema y el formato específicos definidos por los organizadores del festival (Chalcraft et al., 2014). A menudo actúan como centro neurálgico de la cultura contemporánea del lugar, creando valor de red, es decir, sirviendo de puente entre profesionales y el público interesado en un determinado sector o campo cultural, e incluso estimulando otros actividades y eventos, que aprovechan el festival para hacerse visibles (Colombo & Richards, 2017; Richards & Jarman, 2021). Muchos estudiosos han analizado los festivales post-tradicionales en relación con diferentes ámbitos: festivales de música (St. John, 2017; Chalcraft & Magaudda, 2011); festivales de cine (Segal & Blumauer, 2011); festivales de artes escénicas (Chan, 2020); festivales de literatura (Giorgi, 2011); y festivales y bienales de arte contemporáneo (Papastergiadis & Martin, 2011; Sassatelli, 2008).

A continuación, en las próximas secciones, presento mi revisión de la bibliografía seleccionada que ayudará a comprender mejor los festivales post-tradicionales que, a su vez, inspirará y fundamentará la definición de partida de la tipología específica de festivales de la que me ocupo en esta tesis doctoral: los Festivales de Música Electrónica y Artes Digitales (EMDAF).

1.2. Los festivales post-tradicionales en los estudios socio-antropológicos

La mayoría de los enfoques académicos recientes sobre los festivales contemporáneos parten del marco teórico de la definición de Sassatelli, esto es, entendidos como lugares de manifestación de la cultura pública y sus estéticas. Así, buena parte de las contribuciones sociológicas y humanísticas más relevantes en torno al objeto de estudio que ocupa esta tesis doctoral, estudian cómo el significado cultural de los festivales contemporáneos gira en torno al cosmopolitismo y la esfera pública (Chalcraft et al., 2014; Fabiani, 2011; McGuigan, 2011; Regev, 2007, 2011; Sassatelli, 2011).

Por ejemplo, McGuigan (2011) aplica la teoría de la esfera pública al fenómeno de los festivales y su carácter regenerador en el caso del New Millennium Experience de Reino Unido, relacionando la cobertura mediática que recibió el evento y su impacto en el proceso de regeneración urbana que estimuló para ese enclave demográfico. Siguiendo una trayectoria similar, Fabiani (2011) también se centra en situar los festivales post-tradicionales dentro de la esfera pública. Fabiani, a través de los estudios de caso del Festival de Teatro de Aviñón y el Festival de Cine de Cannes, analiza el contexto sociopolítico y estratégico de los festivales, en primer lugar, como herramientas para el estímulo de la ciudadanía cultural y, en segundo lugar, como plataformas para la democratización de la cultura, examinando cómo estos espacios culturales se construyen y se mantienen vivos gracias a la participación del público. Fabiani concluye con una serie de interesantes cuestiones que siguen siendo de actualidad en los estudios sociológicos sobre los festivales post-tradicionales, en torno a su papel como metáfora de la democracia participativa. Enmarca los festivales post-tradicionales en un contexto en el que las cuestiones globales adquieren protagonismo y se producen divergencias y debates entre posiciones críticas —y a menudo políticas— materializadas en formas culturales y artísticas.

Según Sassatelli (2011), la sociabilidad es otro concepto fundamental en el estudio de los festivales post-tradicionales, caracterizados por el carácter intenso y vivo de la

dimensión performativa y situada de la cultura. En esta contribución, Sassatelli cuestiona la afirmación de que los festivales post-tradicionales están sufriendo una trivialización, una "espectacularización" y una pérdida de autenticidad. Sassatelli propone que los valores de la esfera pública cultural se aborden desde enfoques más afectivos, relacionales y estéticos —además de cognitivos—, contextualizando los festivales en los entornos y contradicciones de las sociedades modernas y urbanas en las que cohabitan. Por último, la autora subraya otro aspecto fundamental de los festivales contemporáneos en favor de la multidisciplinariedad, nuevos formatos y unas dinámicas de la producción y consumo cultural más "omnívoras" (ver Brisson, 2019; Peterson, 1992; Peterson & Kern, 1996; Robette & Roueff, 2014; van Eijck, 2000; Warde et al., 2007): la hibridación —de diferentes formas artísticas, expresiones y relaciones entre el público y la producción cultural— (Sassatelli, 2011).

En línea con la dimensión híbrida subrayada por Sassatelli y las referencias a las dinámicas omnívoras de la producción y consumo cultural, Regev (2011) también se centra en el perfil híbrido y "omnívoro" del público que asiste a los festivales post-tradicionales, en el marco del cosmopolitismo estético. El concepto de cosmopolitismo omnívoro está vinculado a la disolución de las hegemonías artísticas y estilísticas, partiendo de la base de que la producción cultural está en continuo flujo, generando nuevos estilos y legitimando nuevas formas y artistas. En respuesta a ello, las ciudades y países más pequeños tienden a adoptar las tendencias estilísticas hegemónicas y a adaptarlas a sus respectivos contextos con el fin de ser reconocidos en el ámbito artístico mundial. Así, constantemente aparecen y se reproducen nuevos impulsos y variaciones estilísticas, y especialmente gracias a la digitalización y en el mundo de los contenidos audiovisuales digitales. Regev (2011) define el cosmopolitismo estético como "la condición cultural contemporánea en la que la representación y actuación de la singularidad nacional se basa en gran medida en formas artísticas y elementos estilísticos extraídos deliberadamente de fuentes externas a las tradiciones autóctonas" (p. 110). Distingue entre cosmopolitismo estético inadvertido —banal, inconsciente y automático, debido a su relación "consumista" con la industria cultural— y su opuesto advertido, en el que existe un compromiso activo, consciente e innovador con comunidades específicas de creadores, artistas y consumidores.

Al abordar los efectos de los procesos de globalización en los festivales post-tradicionales, también destaca la contribución de Chalcraft, Delanty y Sassatelli sobre las "Varieties of cosmopolitanism in art festivals" (2014). Los autores presentan en primer lugar cuatro niveles y relaciones del cosmopolitismo en las formas culturales: relativización de la propia identidad; reconocimiento positivo del Otro; evaluación mutua de las culturas; y cultura normativa compartida. A continuación, analizan tres factores importantes que determinan las formas de cosmopolitismo en los festivales: el lugar, el contenido cultural y las personas. Llegan a la conclusión de que los festivales post-tradicionales de las últimas décadas muestran una creciente apertura a la diversidad cultural y un aumento del cosmopolitismo estético, que no sólo debe verse como un proceso de comercialización y mercantilización de la cultura, sino también como el resultado de los contradictorios y polifacéticos procesos de pluralización cultural. Esto se debe a que las formas de la estética cultural actual contribuyen a difuminar las fronteras entre la alta cultura y la cultura de masas, fomentando así un proceso democratizador.

Otros autores se han centrado en la naturaleza contracultural de los festivales como espacios de debate, experimentación y contestación (Petiau, 2017; Schmidt, 2017; Willems-Braun, 1994) o en el valor emocional y afectivo de los festivales como lugares de pertenencia (Duffy et al., 2011; Duffy, 2014). De especial relevancia para el estudio de los festivales musicales en general, y en concreto para el objeto de estudio de esta investigación, es el estudio de Duffy (2014). En él se muestra cómo los festivales post-tradicionales generan intensas emociones y sentimientos de pertenencia a una determinada comunidad mediante el uso inteligente del sonido, las músicas y sus especificidades únicas.

Por último, otro tema de interés en el estudio y análisis de los festivales en la actualidad es la propia gestión de este tipo de organizaciones, tanto de las entidades, como de sus eventos y festivales, así como las formas de sostenibilidad (Cummings et al., 2011) y "The Greening of the Music Festival Scene" (Cummings, 2014). De hecho, en la última década ha aumentado el interés académico por evaluar el impacto medioambiental de este tipo de eventos (Henderson, 2011; Laing & Frost, 2010; Mair & Laing, 2012; O'Rourke et al., 2011), además del interés económico y los estudios sobre el impacto en los eventos culturales y festivales de artes, que abordo en la siguiente sección.

1.3. Los festivales post-tradicionales en los estudios económicos de la cultura y los estudios urbanos

Los festivales y eventos culturales urbanos —y progresivamente también rurales— ofrecen en la actualidad importantes herramientas para implementar estrategias con objetivos sociales, económicos y culturales. Los festivales contemporáneos actúan como eventos y realidades de gran atractivo en las agendas y en las políticas culturales, tanto gubernamentales como privadas, para estimular el capital social o la regeneración urbana (Colombo, 2016, 2017; Colombo & Richard, 2017; Getz & Andersson, 2008; Gibson & Connell, 2012; Richards & Wilson, 2004). La mayoría de los estudios académicos que abordan la capacidad de los eventos para generar determinados efectos o impactos específicos se han enfocado principalmente desde el prisma económico (Crompton & McKay, 1994; Dwyer et al., 2005, 2006; Getz, 2012), muchos de ellos basados en análisis input-output y coste-beneficio (Andersson et al., 2012).

Aún dentro de una macro-perspectiva basada principalmente en el estudio económico de la cultura, otros estudiosos han prestado también atención al impacto social (Belfiore & Bennett, 2008; Small, 2007) o cultural de los festivales (Richards et al., 2013). Por ejemplo, Alba Colombo (2016) ha propuesto una herramienta metodológica, Cultural Impact Perception (CIP), para medir y analizar los impactos culturales generados por los festivales. Esta herramienta combina el análisis de la intencionalidad de los organizadores con la percepción de los ciudadanos que conviven con el evento, lo que permite medir la relación entre los objetivos de los organizadores y las percepciones del éxito del evento.

Los festivales contemporáneos son otro tema importante de investigación en los estudios sobre turismo y ocio focalizados en la producción cultural. Más concretamente, las dos líneas de investigación principales son el estudio sobre las motivaciones para asistir a los festivales (Chen et al., 2019; Morgan, 2008; Pegg & Patterson, 2010) y las experiencias de los asistentes (De Geus et al., 2016; Wood & Moss, 2013). Por ejemplo,

De Geus, Richards y Toepoel (2016) desarrollaron la Event Experience Scale (EES) con valores flexibles e inclusivos como las condiciones y cualidades de la experiencia o la interacción y participación de los asistentes. Desde una perspectiva similar, Colombo y Marques (2019) realizaron una revisión centrada en la gama de factores que conforman las motivaciones de los asistentes a eventos y sus percepciones de la experiencia del festival.

En cuanto a los estudios económicos sobre festivales post-tradicionales, un concepto clave es el de "field-configuring event" (eventos configuradores de campo: FCE, por sus siglas en inglés), según el cual los festivales se enfocan como una red de organizaciones y como catalizadores de innovación en torno a la cultura contemporánea (Colombo, 2017; Colombo & Richards, 2017; Fisker et al., 2019; Jarman, 2018, 2021; Richard & Jarman, 2021). Por ejemplo, un estudio que se revela de vital importancia para esta tesis doctoral, tanto por su enfoque como por su temática y objeto de estudio es el de Colombo y Richards (2017). Los autores demuestran cómo el Festival Sónar actúa como evento configurador de campo —FCE— porque funciona como centro neurálgico y catalizador que permite a pequeños eventos y grupos de interés conectarse y participar en el sector de la música electrónica a nivel global. Muy recientemente, esta línea de estudio se ha materializado en un número especial de la revista *Event Management*, editado por Richards et al. (2021), titulado "Events as Platforms, Networks, and Communities". Este número incluye valiosas contribuciones como por ejemplo, la introducción de la Event Social Interaction Scale (ESIS) para analizar la dimensión social de las experiencias de los eventos culturales (Marques, Borba, & Michael, 2021).

Junto a estos aspectos, otra destacada línea de investigación se centra en las especificidades de los entornos urbanos en los que tienen lugar los festivales contemporáneos (Borer, 2013; Quinn, 2005a, 2005b; Richards & Palmer, 2010; Rius Ulldemolins, 2014). Los entornos urbanos caracterizan e influyen profundamente en la mayoría de los festivales post-tradicionales. Por ejemplo, el contexto multi-sede de los festivales suele crear un flujo de participantes en continuo tránsito por la ciudad, lo que también repercute en la vida comercial y en la red de agentes culturales cercanos al festival. De ahí que este contexto sirva a menudo de catalizador de nuevas relaciones entre públicos potencialmente interesados.

Por último, las contribuciones de Quinn han proporcionado una base crítica para la comunidad académica interesada en analizar el contexto social y geográfico de los festivales post-tradicionales, especialmente en la primera década de este siglo. Quinn (2005b) ha explorado las situaciones de tensión y diálogo entre el festival entendido como organización activa y permanente en la sociedad con la que convive y examinando el proceso de crecimiento y consolidación de los festivales de terminados territorios. Quinn (2005a) también sostiene que los festivales urbanos contemporáneos, en clara expansión en número y alcance desde los años noventa, tienen un importante valor como catalizadores de la regeneración urbana no sólo en términos económicos, sino también sociales y culturales. Al igual que García (2004) señalaba la falta de coordinación, apertura e inclusión en los objetivos y estrategias de las agendas culturales de los organismos públicos, Quinn (2005a) recuerda la necesidad de un mayor diálogo entre gobiernos, los agentes para la producción cultural y los profesionales del sector, en torno al valor cultural y social de los festivales de artes, que a menudo queda eclipsado por el impacto material y los términos cuantificables, fácilmente visibles o a corto plazo.

En este contexto, creo que otros tipos de festivales post-tradicionales –en particular, los Festivales de Artes Digitales– merecen más atención académica, entre otras cosas porque son organizaciones clave a la hora de apoyar y promover un diálogo interdisciplinar entre una gran comunidad mundial de artistas y creadores, sirviendo de plataforma para las formas híbridas y digitales de las prácticas artísticas actuales. Como hemos visto, hay muchas contribuciones importantes que analizan distintos tipos de festivales post-tradicionales desde diversas disciplinas, pero sobre todo desde un enfoque socio-antropológico, desde los estudios económicos de la cultura y desde los estudios urbanos.

En las próximas secciones, presento el trabajo de documentación y revisión realizado y comparto los primeros resultados del acercamiento e interacción con el campo del objeto de estudio, abordando el segundo propósito de este primer capítulo: contextualizar los festivales de artes digitales (DAF), presentando un marco definitorio de partida para dicha macro-categoría —Festivales de Artes Digitales—. Esto nos permitirá abrir presentar en

el siguiente capítulo una definición de partida para el objeto de estudio y elaborar de forma teórica y analíticamente fundamentada el diseño conceptual de la investigación.

1.4. New Media Art, Digital Art y sus espacios

Aunque New Media Art y Digital Art a veces se usan como categorías intercambiables, la principal diferencia entre ambas reside en que la primera se refiere a aquellas prácticas artísticas configuradas a partir de la tecnología digital en algunos de sus procesos de producción –creación, distribución, manipulación, almacenamiento y consumo–; y la segunda abarca aquellas prácticas artísticas que *naciendo* digitales, emplean la tecnología digital como herramienta protagonista para la producción de dichas obras o prácticas. Su categorización parece a la vez difícil y necesaria. Síntoma de ello son las varias nociones relacionadas a la noción de arte digital, como *post-Internet* (McHugh, 2009; Olson, 2010), *post-digital* (Cascone, 2001) y *New-Aesthetic* (Paul & Levy, 2015).

De forma similar, el campo de los festivales, simposios y eventos dedicados a la intersección entre ciencia, arte y tecnología, por un lado, y la noción de festivales de artes digitales de la que me hago cargo en este estudio, también muestra una laguna y falta de consenso en cuanto a la categorización y terminología utilizada. Dicho esto, en términos generales, parece común referirnos al primer ámbito con el término de “arte digital” –en singular–, y con “artes digitales”, en plural, para los festivales de artes digitales de los que me ocupo en esta investigación —caracterizados por su hibridación de artes digitales con el campo de la EDMC y la música electrónica. Con lo cual, comprender las nociones clave, tanto en términos socio-técnicos como histórico-artísticos, provenientes en su mayoría de los estudios estéticos y la crítica del arte en torno a la noción de “arte digital”, es fundamental para analizar y comprender los formatos, estéticas, contenidos y experiencias de consumo que proponen los festivales de artes digitales —en plural— en sus eventos.

Las estéticas digitales comienzan a expandirse a finales de los años ochenta en exposiciones de arte dentro de museos y centros de arte y tecnología de todo el mundo,

siguiendo el impulso de experimentación tecnológica que caracterizó al llamado New Media Art (Bolter & Grusin, 1999; Manovich, 2001; Quaranta, 2010). Muchas de las formas de arte y prácticas creativas impulsadas por la tecnología que empezaron a proliferar a partir de los años noventa encontraron espacios alternativos al museo, como los laboratorios y centros de tecnología y arte.

En la década de 1980 proliferaron centros y laboratorios de arte y tecnología de renombre mundial, como el ya mencionado Ars Electronica (fundado en 1979) o el pionero Media Lab del MIT de Estados Unidos (1985); el ZKM (Zentrum für Kunst und Medientechnologie) de Karlsruhe, Alemania (1989); o V2_ (fundado en Hertogenbosch en 1981 y posteriormente trasladado a sus actuales instalaciones de Rotterdam en 1994). V2_ organizó durante muchos años el Festival Holandés de Arte Electrónico (DEAF), así como conferencias y simposios anuales como el de la Sociedad Internacional de Artes Electrónicas (ISEA) en 1988. Progresivamente, cada nación e incluso cada gran ciudad ha sido testigo del nacimiento de centros dedicados a la práctica creativa basada en la tecnología y a las formas de arte híbrido actuales. La conferencia "Artists' Use of Telecommunications" en el Museo de Arte Moderno de San Francisco (1980), "The World in 24 Hours" celebrada en el festival Ars Electronica (1982), "Les Immatériaux" en el Centro Pompidou de París (1985), o la Bienal de Venecia de 1986, titulada "Arte e Scienza", son sólo algunos de los acontecimientos clave que han marcado este proceso de integración de la producción artística de base tecnológica y la identidad digital en el mundo del arte durante la década de 1980.

Para comprender y profundizar en el contexto de los DAF debemos recurrir a los catálogos y libros publicados por museos, bienales y centros de arte y tecnología, especialmente las publicaciones de Ars Electronica, el ZKM o el MIT Media Lab, ya que son los protagonistas de un arco temporal que precede a la aparición de este tipo de festivales. Recientemente, Hirsch (2019) ha sintetizado la historia de Ars Electronica en un volumen que reconoce el importante papel de esta organización, repasando las fases clave de su historia y sus diversos proyectos, empezando por el festival e incluyendo el Prix Ars Electronica, el Ars Electronica Center y el Ars Electronica Futurelab. Por su parte, Manovich (2003), una de las figuras clave de la literatura crítica sobre el diálogo entre nuevos medios, arte y tecnología, también ha seguido de cerca la evolución de Ars

Electronica. Manovich ofrece importantes perspectivas interpretativas sobre el significado y los comportamientos postmediáticos de los artistas y también de la sociedad civil en relación con la información y la tecnología (Manovich, 2001b). Otros textos clave para entender este proceso y aclarar las cuestiones que rodean al arte de los nuevos medios y la estética digital y postmediática son "Network Art" (Corby, 2005) y "Rethinking Curating" (Graham & Cook, 2010).

Muchos de estos festivales dedicados al arte digital –en singular– o new media art han conseguido distinguirse del formato de la "bienal", más típico del mundo del arte, a través de aspectos clave basados en la participación, interactividad, intercambio y desarrollo profesional –en lugar de focalizar los esfuerzos al mercado del arte y al objeto artístico como sucede en la mayoría de las bienales y en las ferias de arte. De hecho, otro enfoque que considero esencial para comprender el contexto y la identidad de los primeros DAF se refiere a los conceptos de "arte participativo" (Bishop, 2012) y "giro social" en el arte: dos nociones clave relacionadas con el modo en que el público participa, interactúa y se relaciona en las prácticas artísticas actuales. Entre las lecturas esenciales sobre este tema se encuentran los textos sobre "estética relacional" (Bourriaud, 1998).

Hacia finales del siglo pasado, Bourriaud ofreció sus reflexiones sobre la estética relacional en el mundo del arte –principalmente, en relación con una tendencia a basar la producción artística en la interacción social (es decir, en la estimulación de encuentros entre personas e intersticios más que en un objeto predeterminado y concluyente). Bourriaud utiliza el término "relacional" para referirse a una obra de arte abierta y viva que produce una sociabilidad específica (Bourriaud, 1998). Esta aproximación a la estética relacional, participativa o afectiva, que prolifera en las formas artísticas, es importante para el desarrollo de los festivales post-tradicionales, en general, y también para los DAF y EMDAF, ya que muchas de estas organizaciones reconocen en su identidad festivalera un papel fundamental como generadoras de relaciones humanas en torno a las formas artísticas tecnológicas y a la dimensión viva de la cultura. En sus alusiones a la postproducción, Bourriaud (2002) se refiere a formas de arte y otras prácticas creativas que a menudo han sido infravaloradas por el mundo del arte contemporáneo y la crítica de arte seria, y que utilizan materiales culturales existentes para crear nuevas obras: un concepto que comparte los fundamentos de la cultura del

remix. En este sentido, el término *post-internet* resulta esencial si queremos entender los DAF desde la perspectiva que ofrece la literatura sobre estética digital en el arte y las exposiciones. Si tenemos en cuenta el marco conceptual que presenta Rhizome (rhizome.org), quizá la mejor manera de entender post-internet sea como una etiqueta estética que englobe aquellas prácticas creativas o artísticas que son posibles gracias a la Web 2.0, que tienen una identidad inseparable del web 2.0 y que están inundando progresivamente (desde la aparición de YouTube en 2005 y otras plataformas audiovisuales) las actuales formas artísticas dominadas por el audiovisual, la música electrónica o la estética post-digital (Cascone, 2000).

Aunque no encontramos una categorización y definición clara en torno a los festivales de arte digital o new media art y los festivales de música electrónica y artes digitales¹ – objeto de estudio de esta tesis doctoral– es evidente que entre festivales como Ars Electronica o ISEA y Sonar o Today's Art existen importantes diferencias, claramente materializadas a través de sus respectivos *festivalscapes*. En los primeros, la reflexión crítica –mesas redondas o conferencias– y exhibición –exposiciones– en torno a la intersección entre ciencia, arte y tecnología es el núcleo conceptual del *festivalscape*, normalmente complementado con algunas actividades dedicadas a la formación e intercambio –talleres o laboratorios con artistas, científicos o programadores– y otras de carácter musical, audiovisual y performativo que ayudan a crear ambientes más dinámicos y desenfados para el intercambio y relación entre ponentes, públicos y profesionales del sector. En los segundos, la performance en torno las estéticas emergentes focalizadas en la música electrónica y ambientes derivados de la EDMC –tales como djsets– en diálogo con las prácticas artísticas digitales –tales como instalaciones, robótica aplicada, mapping, live coding– es el núcleo conceptual del *festivalscape*, complementado con actividades dedicadas a la reflexión crítica, exhibición, formación e intercambio entre artistas, público y profesionales del sector.

Debido a que los *festivalscapes* repercuten en el reconocimiento social de los festivales y ayudan a conseguir autenticidad, parece fundamental comprender en profundidad las

¹ Por ejemplo, Sarah Cook y Aneta Krzemien (2016) se refieren al festival Sónar como un festival de new media art. Sin embargo, comúnmente, tanto a nivel académico, profesional o entre el público en general, nos referimos al Sónar como un festival de música electrónica.

características y especificidades de dichos formatos, contenidos, estéticas y experiencias de consumo que los festivales de artes digitales proponen: profundizando relación a las formas típicas del *arte digital* –comunes también a los festivales de new media art o arte digital– así como en torno a la *electronica* y los contextos y ambientes derivados de la EDMC, hacia donde ahora me dirijo.

1.5. La Cultura de la Música Electrónica de Baile (EDMC) y sus festivales

Las *raves* constituyen un caso único y esencial para entender los DAF porque ofrecieron un contexto pionero para la manifestación de la efervescencia cultural y la innovación creativa moldeada por las nuevas tecnologías, como alternativa a los espacios institucionales del mundo del arte (Anderson & Kavanaugh, 2007; Magaúda, 2014). Este proceso de generación de capital subcultural (Thornton, 1996) se vio inevitablemente potenciado por las formas *underground* de producción, distribución, organización y socialización que rodearon a la cultura de la música electrónica a principios de la década de 1990, en las *raves* y la cultura *clubbing*. Por tanto, las *raves*, sus escenas y su cultura, pueden servir de casos de estudio que pueden inspirar referencias y semejanzas en relación a los festivales de música electrónica y artes digitales, sobre todo, a aquellos festivales de pequeño formato y en sus primeros años de vida –debido a sus ritmos y estructuras organizativas asociativas, sin ánimo de lucro o de forma poco profesionalizada. Por "rave" entiendo una fiesta de baile autoorganizada y autogestionada, una zona temporalmente autónoma (Bey, 1992) al margen de los estándares legales –tanto a nivel civil y administrativo como a nivel fiscal y penal–, en la que suena música electrónica a través de un enorme sistema de sonido y el público baila, socializa y, a menudo, consume sustancias estupefacientes. En esta línea, cuando hablamos de la *Rave Culture* y la *Electronic Dance Music Culture* o *Electroniculture*, nos referimos a toda la constelación simbólica que rodea al campo cultural de la música electrónica a nivel global, sus múltiples escenas y comunidades, y que continúa expandiéndose, reformulándose y deconstruyéndose incluso en la actualidad (Blánquez & León, 2002; Blánquez, 2018; Miller, 2008; Reynolds, 1998; Stubbs, 2018).

El macro-campo cultural de la música electrónica ha estado tradicionalmente dividido en dos grandes áreas. Por un lado, nos referimos al campo de la música electrónica académica y experimental enraizada en las neo-vanguardias, protagonizada por John Cage, Stockhausen, Pauline Oliveros o LaMountYoung. Un campo reconocido por su labor de llevar el sonido hacia el mundo del arte y por impulsar la configuración del campo del arte sonoro (Kahn, 2001; LaBelle, 2006; Weibel, 2020). Por otro lado, nos referimos al campo de la música electrónica de baile o EDM² (electronic dance music) (Miller, 2008; Reynolds, 1999; Stubbs, 2018), desarrollado globalmente a finales de los años '80 y principios de los '90, manifestado en los clubes y en las raves con subgéneros y estilos³ como el *techno*, el *acid* y el *house*, *IDM* o *drum&bass*, y progresivamente durante las dos últimas décadas en los festivales de “EDM pop” (Holt, 2017; ver también Montano, 2017).

Para la primera de estas dos áreas principales —la música electrónica en relación con las artes y el arte sonoro—, han sido fundamentales las aportaciones de Douglas Kahn (2001), LaBelle (2006) y, más recientemente, Weibel (2020). En el segundo ámbito, el de la electrónica de baile, son cruciales las aportaciones de Reynolds ([1998], 2013), ya que este autor ofrece un examen detallado y exhaustivo de la historia cultural de la EDM y de su evolución desde 1987 hasta 2012. En los últimos años también se han publicado numerosas monografías sobre la historia de la EDM, por ejemplo, Blánquez y León (2002) y Blánquez (2018), Paul D. Miller (2008), o Stubbs (2018). Centrado en la *electronica* en relación con los festivales y la cultura de eventos, el libro editado por St. John (2017) debe considerarse una obra central. Aquí, más de una docena de estudiosos exploran la industria de la *Electroniculture*, las comunidades *underground* en torno a las escenas de la música electrónica de baile y eventos transformadores como el Festival Burning Man, junto con la relación entre estas escenas y cosmopolitismo. Algunos estudiosos han analizado las experiencias de cosmopolitismo en los festivales de música electrónica (Chalcraft & Magaudda, 2011; Lalioti, 2013; Magaudda, 2017; St. John, 2009, 2012; van Veen, 2017). Otros han estudiado la participación “expandida” en festivales relacionada con Internet, posible gracias a las redes sociales y al uso de apps en tiempo

2 El término EDM tiene dos usos principales. Por un lado, sirve como acrónimo de Electronic Dance Music (música electrónica de baile) y por otro, hace referencia a todo un sector industrial basado en macro-festivales donde múltiples géneros de música electrónica de baile convergen, al que también podemos referirnos como “dance music festival”.

3 Para una excelente revisión de los estilos de la *electronica* y música de baile ver Lena, 2012. Y en castellano, ver Blánquez, 2018.

real (Cormany, 2015; Morey et al., 2014), casos de macro-festivales de EDM como Tomorrowland o Stereosonic (Holt, 2016, 2017; Montano, 2011, 2017), y el modus operandi organizativo de festivales como Burning Man (Chen, 2009). Otra línea de investigación esencial para una lectura integradora y coherente de la *Electroniculture* en relación con los EMDAF es el proceso de legitimación de la música electrónica, específicamente en lo que respecta al caso español —desde la Ruta del Bakalao hasta el Sónar (Magaudda, 2014)— o al italiano, desde los clubs y *centri sociali* hasta los festivales profesionalizados como el Sónar o el Club to Club (Marconi, 2014).

A partir de esta revisión multidisciplinar en torno a los dos pilares que fundan la identidad temática de los EMDAF planteo lo siguiente: es justamente, la integración de estas dos caras de la música electrónica, en un único formato de festival, dedicado precisamente a la performance de dichas estéticas, con una clara aspiración innovadora y poniendo en práctica formatos emergentes y nuevas experiencias para el público en términos de baile, escucha, visionado, interacción y participación, el principal rasgo en común a la escena europea de festivales de música electrónica y artes digitales. Así, estos festivales, como el resto de festivales concentrados en la *electroniculture* o Electronic Dance Music Culture (EDMC), además de formar parte del paradigma de la progresiva *festivalización* de la cultura y *la actual cultura del baile de fin de semana* (Magaudda, 2017), deben ser observados por sus raíces únicas en los eventos y las fiestas, en los clubes y en las raves; es decir, por su carácter festivo y por su identidad enraizada en la *event-culture* (St. John, 2017). Es decir, a diferencia de otros festivales de artes, como los de cine, teatro, artes mixtas o literatura, o los mismos festivales de new media art, los festivales de artes digitales, diseño y creatividad digital o nuevas tendencias, y al igual que el resto de festivales de música electrónica de baile, configuran parte de su identidad a partir del carácter festivo que portan de manera intrínseca.

Por último, otro factor clave para comprender el contexto y los *festivalscapes* de estos festivales, reside en las nuevas estéticas musicales —o *post-digital aesthetics*— de la música electrónica. Durante los primeros años '90, la música electrónica de baile afronta un giro “experimental” con la fase *post-rave* y *post-techno*: aparecen categorías como *electronic listening music*, *electronica* o *intelligent techno*, con la idea innovadora de liberar el techno de las exigencias de la pista de baile (Reynolds, 1999). Con ello, de

acuerdo con Magaúda (2017: 178), desde mitad de los años '90 en adelante, espacios que normalmente eran dedicados a la alta cultura, como las galerías y centros de arte, las bienales u otros eventos artísticos, comenzaban a invitar a productores y artistas de música electrónica, estimulando la legitimación de la música electrónica como parte de los "mundos del arte" (Becker, 1982). Con el cambio del milenio, discursos estéticos como la *texturology*, *hauntology*, *hipnagogic*, *retrogaming*, el *vaporwave*, el "nuevo" *techno inteligente*, la *net concrète* y la *nueva academia*, el *maximalismo* y la *conceptronica* expanden definitivamente la noción de *electronica* como las prácticas derivadas de la EDMC, pero no explícitamente enfocadas a la pista de baile, sino más bien focalizadas en la experimentación artística y nuevas experiencias y conceptos de escucha (ver Blánquez, 2018; Ferguson and Brown, 2016; Lena & Peterson, 2012; McLeod, 2001; Reynolds, 2019; Turner, 2003; Waugh, 2017; Whelan, 2020). Junto con las estéticas sonoras más radicales (William-Bailey, 2012) como el *microsound*, (Roads, 2003) o el *glitch* (Cascone, 2000), la *electronica* emergente en auge a partir de los años post-rave y post-techno, comienza a encontrar a mediados de los años '90 nuevos espacios para su visibilidad y performance: los festivales de música electrónica y artes digitales (EMDAF), que irán floreciendo progresivamente en muchas medianas y grandes ciudades de toda Europa.

1.6. Digital Arts Festivals: una definición de partida

Los festivales de artes digitales son quizá el formato más en auge dedicado al debate y la práctica artística en torno a la intersección ciencia-arte-tecnología. Desde Ars Electronica o Transmediale / CTM en Berlín, o los españoles LEV, MIRA o el joven MMMAD, más de 50 festivales de artes digitales han aparecido en Europa en las últimas décadas. Aunque el paradigma de la "festivalización de la cultura" ha recibido una gran atención académica, los festivales de artes digitales han sido mínimamente analizados, por lo que es habitual encontrar un uso difuso y vago de definiciones, categorías y etiquetas en torno a estos formatos culturales. ¿Qué son los festivales de artes digitales? ¿Existen varias tipologías dentro de esta especie de macro-etiqueta? ¿en qué se diferencian de otros festivales? ¿Cómo ha contribuido la comunidad académica a

iluminar el paradigma de los festivales de artes digitales? ¿Cómo debemos analizarlos para entender su papel en la producción cultural y artística actual? Tras presentar una revisión del estado del arte y el debate académico en el ámbito de los festivales contemporáneos —en general—, a continuación, reviso el marco y contexto en el que nacen y proliferan los festivales de artes digitales en Europa.

A partir de los años noventa proliferaron numerosos festivales en ciudades medianas y grandes, caracterizados por la combinación de múltiples disciplinas y prácticas artísticas relacionadas o enmarcadas en los sectores de la creatividad digital, el new media art, la música electrónica o la tecnología e investigación tecnológica aplicada a los campos creativos y artísticos. Proyecciones audiovisuales e instalaciones de videoarte, mapping, rendering, instalaciones interactivas con elementos como sensores o robótica aplicada, diseño de iluminación u ordenadores aplicados al arte y codificación en directo, conciertos experimentales y djsets, instalaciones audio-reactivas, performances de imponente identidad tecnológica, etc.

Dos de los festivales que han servido de faro en el fenómeno de los festivales de artes digitales en Europa son Ars Electronica y Sónar. En la actualidad, Ars Electronica funciona como centro neurálgico para artistas y creadores a nivel mundial, profesionales de la industria y el público interesado en las prácticas y formas artísticas contemporáneas, la innovación y la creatividad en relación con la tecnología, la música electrónica y la investigación tecnológica aplicada a la cultura contemporánea (véase <https://ars.electronica.art/about/en/history/>; Baur, 2020; Druckrey & Ars Electronica, 1999; Hirsch, 2019). Por otro lado, desde su fundación en 1994, Sónar ha sido un actor clave en el proceso de legitimación de la música electrónica como una forma artística más (Magaudda, 2014; 2017) y un catalizador de la innovación en el sector de la música electrónica y la cultura digital a nivel global (Colombo & Richards, 2017).

Tomando estos dos festivales como ejemplos punteros en el paradigma de una nueva categoría dentro de los festivales post-tradicionales, la de los festivales de artes digitales (DAF) —con artes en plural—, podemos pensar en una definición de partida para los festivales de artes digitales de la siguiente manera:

- Los festivales de artes digitales son organizaciones que se reconocen a sí mismas como festivales y que se caracterizan por activar debates y promover formas artísticas actuales y actividades culturales innovadoras basadas en formatos audiovisuales, música electrónica y prácticas creativas impulsadas por la tecnología.
- Otro rasgo fundamental es la búsqueda innovadora y promoción de nuevas formas de exposición, producción e instalación, basadas en nuevas experiencias de visionado, interacción, participación, baile y escucha para el público.
- Por último, los DAF sirven de catalizadores y puntos de encuentro entre el público, los artistas y los profesionales en todo lo relacionado con la creatividad y la expresión artística de identidad digital, derivadas de las últimas tecnologías y las estéticas posdigitales.

Sin embargo, dentro de esta definición y de la macro-etiqueta DAF (Digital Arts Festivals) –con artes en plural–, podemos distinguir al menos cinco tipologías más o menos bien definidas con características e identidades diferentes, no solo diferenciadas en términos de contenido y programación sino también en término de formato y estructurales: Electronic Music & Digital Arts Festival, Digital Performances Festival, Digital Art o New Media Art Festival, Digital Creativity and Design Festival y Online (Arts) Festival. Los dos primeros comparten una esencial dimensión situada y performativa centrada en formatos y estéticas performativas o actos en vivo: en el primer tipo más centrado en la música electrónica/dance y ambientes derivados de la Electronic Dance Music Culture (ver Lena & Peterson, 2012; McLeod, 2001; Reynolds, 1998; 2019) y en el segundo más centrado en prácticas performativas propias de la estética de lo performativo (ver Fischer-Lichte, 2008) con una marcada identidad tecnológica y digital. Los dos siguientes, aunque con horizontes estéticos y contenidos diferentes entre sí –arte digital, new media art y prácticas centradas en la intersección entre ciencia-arte-tecnología para el primero, y diseño, marketing y creatividad digital para el segundo– comparten una dimensión más centrada en la exhibición, investigación, intercambio y difusión no escenificada de contenidos. Es decir, actividades como conciertos y Djsets, espectáculos audiovisuales en directo y performances no son protagonistas como en los dos primeros tipos. Por último, especialmente en expansión y auge desde la pandemia del COVID-19, encontramos muchos festivales dedicados a las artes digitales y la creatividad

desarrollados completamente online, prescindiendo de cualquier tipo de sede física y programación presencial.

Si pensamos en el festival Sónar como ejemplo emblemático de la primera de las tipologías que señalo en el párrafo anterior, esto es, de los EMDAF, cabe contextualizar dos aspectos clave en el que el festival internacional para la Música, la Creatividad y la Tecnología fundado en Barcelona en 1994 nació y creció: el boom de la música electrónica de baile a nivel global. A partir de 1988 y sobre todo a partir de los primeros años 90', subgéneros como *acid house*, el *techno* o el *IDM* —en inglés, *Intelligent Dance Music*—, comenzaron a conseguir un gran alcance e incluso a copar las listas de éxitos, creando una escena trans-local en torno a la música electrónica de baile (EDM), el *clubbing* y la cultura *rave* (Blánquez & León, 2002; Reynolds, 1998, 2019).

En este mismo contexto se produce progresivamente otro boom en nuestras sociedades, que por supuesto, influye de forma transcendental en la producción cultural y posteriormente en la aparición y expansión de los festivales de artes digitales: la aparición de múltiples softwares especializados para la práctica creativa y artística, que estimuló nuevas estéticas digitales y expresiones creativas (Cascone, 2000; William Bailey, 2012). Proyecciones audiovisuales e instalaciones de videoarte, *mapping*, *rendering*, instalaciones interactivas con elementos como sensores o robótica aplicada, *shows* de *live coding*, conciertos experimentales y *djsets*, instalaciones audio-reactivas, performances de imponente identidad tecnológica, etc. Estas nuevas experiencias, formas y prácticas comenzaban a aparecer en los museos y centros de arte más avanzados, bienales y festivales de arte contemporáneo. Progresivamente, empezaban a ver la luz nuevos formatos de eventos dedicados a las últimas tendencias de la producción cultural y artística como los festivales, que al compás de Internet y junto al macro-proceso de digitalización de nuestras sociedades, iban configurando todo un nuevo contexto para el arte y sus estéticas (Bourriaud, 2014; Manovich, 2003; Quaranta, 2010).

Estos dos procesos complementarios e interdependientes —la expansión de softwares y dispositivos para la producción y edición audiovisual y por ende, la proliferación de múltiples estilos de música electrónica y sus variopintas estéticas, formas y prácticas

artísticas relacionadas con la creatividad digital, el new media art y la producción audiovisual— constituyen el contexto en el que surgen los DAF. En consecuencia, cabe profundizar este contexto para poder articular una definición de partida precisa y calada en el campo del objeto de estudio. Por ello, a continuación, reviso desde un enfoque historicista las principales aportaciones en torno a la Electronic Dance Music Culture (EDMC) y a los centros para la ciencia, el arte y la tecnología.

CONCLUSIONES

Durante las últimas tres décadas, sobre todo en Europa, hemos visto cómo los festivales, de todo tipo, no han dejado de crecer. En la actualidad es habitual que cada ciudad, incluso núcleos rurales o pequeños municipios tengan festivales temáticos o dedicados a alguna disciplina artística. En mi experiencia como profesional dedicado a gestión cultural focalizada en ambientes rurales, he podido comprobar como de forma normalizada y simultánea por España, Portugal e Italia, infinidad de ciudades y pueblos han impulsado desde sus entidades locales municipales la puesta en marcha de su propio festival —gastronómicos, de música y de artes principalmente.

Cuando comencé a plantear y diseñar el proyecto de esta investigación, comprobé que la gran mayoría de estudios relevantes sobre festivales se concentraban en el impacto que los festivales proyectan en las sociedades donde cohabitan, sobre todo en términos materiales, de desarrollo y crecimiento económicos o de regeneración urbana. También me di cuenta de que el *corpus* de literatura científica en torno al tipo de festivales que me interesaba analizar durante mi doctorado, los festivales de artes digitales, era prácticamente nulo. Por ello decidí abrir esta tesis doctoral revisando las principales aportaciones y estudios en torno a los festivales contemporáneos desde varias disciplinas de estudio, para así asentar mejor el acercamiento al objeto de estudio, desde una perspectiva teórica y analíticamente fundamentada. De esta manera, además de ir preparando el terreno para plantear un diseño de la investigación preciso y calado sobre

el objeto de estudio y el campo de la investigación, podrá servir como faro, guía o introducción al estado del arte de los festivales contemporáneos desde una postura transversal y multidisciplinar, siempre desde el ámbito humanístico y sociológico.

Cualquier estudio actual sobre festivales contemporáneos debe revisar la reflexión crítica y la literatura académica en torno a la noción de “festivalización de la cultura” y el “festival post-tradicional”. En la primera sección del capítulo, repaso estas dos nociones sobre todo a partir de las contribuciones de Sassatelli (2011) y Bennett, Taylor y Woodward (2014). También resulta clave, sobre todo a modo de hoja de ruta, manual o libro blanco, los informes finales o documentos de trabajo del proyecto europeo EURO-FESTIVAL realizado entre 2008 y 2011, coordinado por la Universidad de Sussex y co-financiado por UE.

Si por festivalización entendemos el proceso por el cual, sobre todo desde los años '90 a nivel global, las dinámicas de la producción y el consumo cultural se articulan cada vez más en torno a una dimensión situada, performativa, escenificada y omnívora de la cultura; el auge de los contemporáneos de todo tipo son el principal ejemplo de este proceso de festivalización. Sin embargo, el término festivalización no es sinónimo solamente de los festivales contemporáneos, sino también del auge de toda la constelación de formatos basados en la experiencia del usuario y en la dimensión viva de la cultura, tales como certámenes, concursos, entregas de premios, ferias o jornadas.

Una vez presentado el estado del arte sobre los festivales post-tradicionales desde diferentes perspectivas y campos de estudio, en la segunda parte de este primer capítulo me focalizo en el contexto específico de los festivales de artes digitales. Tras enmarcar dos de los festivales más importantes a nivel internacional para el campo de las artes digitales, la música electrónica y la creatividad o cultura digital en general, Ars Electronica y Sonar, he articulado una definición de partida para esta tipología de festivales, en auge desde los años '90 sobre todo en Europa, y que su vez englobamos dentro del paradigma de los festivales contemporáneos o post-tradicionales. En resumen, cabe destacar cuatro puntos fundamentales sobre los DAF:

- Son organizaciones que se reconocen a sí mismas como festivales; es decir, no se consideran solamente ni eventos ni otro tipo de formatos relativamente similares como las bienales, jornadas o certámenes.
- Activan un debate vivo y promueven prácticas participativas en torno a la creación contemporánea de identidad digital, tales como los formatos audiovisuales, la música electrónica.
- Ponen en práctica una clara voluntad innovadora y de experimentación hacia nuevas formas y experiencias de visionado, interacción, participación, baile y escucha para los públicos.
- Sirven como catalizadores y puntos de encuentro entre el público, la comunidad de artistas, los profesionales del sector.

Sin embargo, hemos visto como no todos los festivales de artes digitales son iguales, sino que, dentro de esta especie de macro-etiqueta, existen varias tipologías con un formato e identidad más o menos marcada y bien definida. Es a través de los *festivalscapes* y la dimensión situada y performativa de dichos festivales que podemos comenzar a ver claramente algunas diferencias:

- Los festivales de música electrónica y artes digitales (EMDAF) a diferencia con otros tipos de festivales de artes digitales, construyen su identidad a partir de un particular balance entre diferentes disciplinas, formatos y experiencias, priorizando las derivadas de la electrónica y la Electronic Dance Music Culture (EDMC) frente a otras prácticas más relacionadas y centradas en el ámbito del "arte digital" (véase Paul, 2016) y new media art (Quaranta, 2010).

Por lo tanto, para abordar con solidez un diseño de la investigación calado preciso, coherente y calado sobre el terreno y campo de estudio, es indispensable profundizar en la literatura científica y contribuciones especializadas en torno a la cultura de la música electrónica de baile (EDMC) por un lado, y a los espacios típicos del new media art y arte digital, más allá de las galerías, museos y exposiciones, como son los centros de arte, ciencia y tecnología.

De cara a conocer y analizar los espacios y formatos emergentes en torno al arte digital y new media art es fundamental rescatar los catálogos y libros publicados por museos, bienales y centros de arte y tecnología, por ejemplo, los publicados por Ars Electronica, el ZKM o el MIT Media Lab. Buena parte de las actividades, proyectos, programación e incluso festivales o certámenes que tienen lugar en los centros para el arte, la ciencia y la tecnología, se han distanciado de los formatos más tradicionales como las exposiciones, las bienales o los típicos espacios expositivos o museísticos, acercándose a menudo mucho más al formato del festival de artes digitales, donde convergen múltiples formas artísticas y prácticas creativas de identidad digital o con un marco carácter tecnológico. Es en esa búsqueda de la participación, intercambio e interacción de los públicos, además de en la afinidad temática y en contenidos, donde este tipo de centros y sus correspondientes programaciones, comparten parte de la esencia de con los DAF y los EMDAF. Es decir, el giro social, relacional (Bourriaud, 1998) o participativo (Bishop, 2012) del arte.

Por último, abordando el otro y principal elemento característico del objeto de estudio de esta tesis doctoral, los EMDAF, he cerrado este primer capítulo repasando la literatura especializada en torno a la Electronic Dance Music Culture (EDMC) y sus varios espacios y festivales. El festival internacional de Barcelona Sónar dedicado a la música electrónica y la creatividad digital, es seguramente uno de las referencias principales a nivel global en la relación entre la cultura de la música electrónica de baile y el auge de los festivales. Tomando como punto de partida al Sónar, si vamos un poco más allá y analizamos la programación de la mayoría festivales europeos de música electrónica y artes digitales, nos damos cuenta que una característica común es precisamente aunar las tradicionales dos áreas del macro-campo de la música electrónica: la música electrónica más académica, culta y experimental; con aquella en auge a partir de finales de los años '80, derivada del disco y enfocada al baile, por ejemplo, el house o el techno. Sin embargo, justamente debido a esta hibridación de estilos y estéticas derivadas en buena parte de estas dos áreas macro-áreas de la música electrónica –la académica, y la de baile–, es fundamental conocer la constelación de estilos derivados de la EDMC aunque no pensados para la pista de baile, en auge a partir de mediados de los años '90 y de forma radical con el cambio del milenio y la web 2.0: la *texturology*, *hauntology*, *hipnagogic*,

retrogaming, el vaporwave, el “nuevo” techno inteligente, la net concrète y la nueva academia, el maximalismo y la conceptronica.

En síntesis, en este primer capítulo he realizado un repaso y revisión del debate científico desde una perspectiva humanística y sociológica abordando el objeto de estudio desde lo general a lo específico, desde los festivales post-tradicionales hasta el contexto para el surgimiento de los festivales de artes digitales en Europa. Además de servir como un faro o guía para la comunidad académica interesada en el fenómeno de los festivales de artes digitales europeos, este capítulo nos prepara el terreno para articular un diseño de la investigación a medida de la naturaleza dinámica del objeto de estudio, de forma coherente y, sobre todo, calada y testada sobre el propio campo y objeto de investigación.

CAPÍTULO 2

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DEL OBJETO DE ESTUDIO: CONCEPTOS CLAVE Y ENFOQUES ANALÍTICOS

ICAS (International Cities of Advanced Sound) is a global network of independent non-profit organizations dedicated to advancing sound cultures, music and related arts. All members of ICAS have spent years crafting unique festivals and events, each with its own identity grounded in strong local connections and context.

Unlike the standards of the entertainment industry, ICAS members adopt an alternative set of criteria rooted in arts & culture to measure the success of their endeavors, which favors quality, critical reflection, innovation and exchange over profit.

ICAS members aim to raise awareness and support for experimental and experiential sound and music cultures. We are informed by aesthetic and the social impact of contemporary sound creation, while influenced by the transformation processes induced by digital technology.

ICAS members understand their curatorial and organizational activities as a creative force that engage in a constant dialogue with artists, producers, critics, audience and other cultural practices – constructively contributing to the development of artistically independent music and sound creation.

Using a palette of transdisciplinary approaches, ICAS organizations actively engage in building bridges between art disciplines, cultural fields, scenes and genres with a special eye on fostering exchange between geographical regions through the exchange of academic musical traditions, experimental music and pop (sub) cultures, and between the arts and technology.

ICAS Manifesto

Si seguimos leyendo el manifiesto de la plataforma ICAS se podrá notar la importancia de términos como: *festivals, events, cultural value, advanced sound, network, organizations, aesthetics, quality, innovation, experiential sound, digital technology, curatorial, dialogue, art disciplines, cultural fields, scenes, experimental sound, community, collaboration, platform, facilitate, promote, sponsor, local, global, structures, infrastructures, globalization, international, collectively.*

La comunidad académica, sobre todo desde los campos de la sociología cultural, los estudios sobre música popular y los estudios sobre la economía de la cultura, el turismo y los eventos, ha debatido ampliamente en torno a estos términos durante las últimas décadas, en buena parte, debido al paradigma global de la progresiva festivalización⁴ de la cultura (ver, por ejemplo, Bennett et al., 2014), acentuado especialmente en Europa (Giorgi et al., 2011; Roche, 2011).

El propósito de esta investigación es analizar y comprender en profundidad, desde una perspectiva preferentemente estética y organizativa, qué, cómo son, y cómo funcionan los festivales de música electrónica y artes digitales (EMDAF) en el territorio europeo, cuál es su papel en nuestra sociedad y en qué manera influyen en las dinámicas de la producción cultural contemporánea, especialmente en los campos de la música electrónica y las artes digitales. De esta manera, en esta tesis analizo el funcionamiento de dichos festivales desde un punto de vista estético y organizativo, con el fin de ampliar la pregunta de investigación al papel que los festivales, como principal formato cultural situado, desempeñan en la evolución del campo de la música electrónica y las artes digitales a nivel europeo.

Los festivales de música electrónica y artes digitales (EMDAF), además de eventos de pequeño y medio formato, situados en un tiempo y espacio específicos y configurados a partir de sus respectivos *festivalscapes*, son estructuras organizacionales permanentes, activas durante todo el año, que, reconocidas como festivales, se caracterizan por poner en práctica y visibilizar formas culturales y artísticas derivadas de la cultura de la música electrónica de baile (Electronic Dance Music Culture – EDMC) y las artes digitales.

Con lo cual, para afrontar la cuestión motora de la investigación —¿cuál es el papel de los Festivales de Música Electrónica y Artes Digitales (EMDAF) en la producción cultural contemporánea, especialmente en los campos de la música electrónica y las artes digitales?— es fundamental, además de analizar en qué consisten estos festivales entendidos como eventos y experiencias culturales situadas, de corta duración, a partir

⁴ El término aparece por primera vez con la contribución de Häußermann & Siebel (1993) y posteriormente ha sido re-elaborado con las nociones de “cultural-programming paradigm” (Hitters, 2007), “hyperfestivity” (Richards, 2010), “eventification” (Jakob, 2013) o “eventfulness” (Colombo, 2017).

de sus *festivalscapes*, estudiar cómo estos festivales funcionan y operan hacia afuera, cómo se relacionan en su sector e interactúan con otros sectores, es decir, comprendiendo cómo ponen en práctica su dimensión organizativa, analizándolos como organizaciones y actores sociales. Para ello, es fundamental profundizar en las estructuras y modelos organizativos que ponen en práctica, es decir, comprender cómo funcionan desde dentro.

A continuación, voy a presentar un marco definitorio para los EMDAF, fundamentado en las primeras fases de la investigación y el primer acercamiento al objeto de estudio, recientemente publicado en inglés en la revista internacional de arte, ciencia y tecnología *Artnodes* (Reyes-Criado, 2023). En las siguientes secciones, por lo tanto, presento los primeros resultados conceptuales y teóricos de la investigación: el diseño conceptual del estudio a partir de dos niveles analíticos que a su vez expanden la noción de *festivalscape*.

2.1. Conceptualizando los Festivales de Música Electrónica y Artes Digitales (EMDAF)

Tras una primera fase de documentación e investigación documental estructurada en torno a la escena de festivales de artes digitales en Europa, localizando una lista de más de 50 festivales, analizando sus textos, discursos e imágenes llevados a cabo a través de sus canales de comunicación, y tras realizar una primera ronda de entrevistas con 10 actores clave —principalmente directores— de una selección de 10 DAF europeos, presento a continuación el siguiente marco definitorio para caracterizar de forma histórica y contextual, descriptiva, analítica y teórica el objeto de estudio de esta investigación:

- Los festivales de música electrónica y artes digitales (EMDAF) son un tipo de festival contemporáneo en auge desde la década de 1990, especialmente entre los años 2005 y

2015, con particular presencia en Europa. Solo en la cuenca mediterránea, entre Portugal, España e Italia, se han creado y consolidados más de una docena de festivales de relevancia internacional entre 2008 y 2012.

- En términos generales, los EMDAF se caracterizan por hibridar contenidos de música electrónica —de baile y más experimental— con otros contenidos, experiencias y formatos de identidad digital, como por ejemplo video-proyecciones e instalaciones artísticas basadas en luz o robótica aplicada. A diferencia de los festivales tradicionales o los carnavales, los festivales contemporáneos derivan específicamente de la progresiva fragmentación de la cultura y la pluralización cultural, y por tanto, ofrecen un caso de estudio esencial sobre las identidades y los estilos de vida, los flujos de movilidad, el cosmopolitismo y la producción artística como expresión del debate democrático (Bennett et al., 2014; Giorgi et al., 2011; Sassatelli, 2008).
- A nivel de identidad y naturaleza organizativa, aunque los EMDAF son también formas y experiencias culturales dinámicas y situadas como otros tipos de festivales contemporáneos, se reconocen y autodefinen exclusivamente como festivales, es decir, claramente diferenciados de las bienales, simposios, conferencias, ferias o certámenes, situando el valor experiencial, participativo, relacional y festivo en el centro de su *festivalscape*. Normalmente, los EMDAF, acompañan su nombre propio de los siguientes descriptores: “Electronic Music and Digital Arts Festival”, “Digital Arts Festival”, “Electronic Music and Digital Creativity Festival”, “Sound, Heterogeneous Art and Performance” o similares.
- Los temas, el contenido y la estética son el principal núcleo diferenciador de otros festivales artísticos post-tradicionales: Los EMDAF se caracterizan por activar debates, promover formas artísticas actuales y actividades culturales innovadoras basadas en formatos audiovisuales, música electrónica y otras prácticas creativas y de difusión basadas en la tecnología, especialmente con un fuerte enfoque en la intersección ciencia-arte-tecnología. A diferencia de otros festivales y simposios de artes digitales como por ejemplo ISEA (International Symposium on Electronic Arts) o Index (Biennale Arte e Tecnologia), que ponen el foco en el intercambio de conocimiento y debate científico, los EMDAF ponen más el foco en la práctica artística en términos de contenido

y programación, y más en la exhibición y muestra de contenidos y propuestas artísticas desde el punto de visto del público.

- A nivel de formatos y experiencias de usuario, otra característica importante es su voluntad de búsqueda innovadora de nuevas formas de exposición e instalación, basadas en nuevas experiencias de visionado, interacción, intercambio, escucha y baile para el público, principalmente, en término de instalaciones de audio y equipos de sonido de alto rendimiento y pantallas de grandes dimensiones para experiencias inmersivas.
- A nivel estructural y organizativo, aunque se les reconoce sobre todo por sus eventos, la mayoría de los EMDAF, no son meros acontecimientos de fin de semana, sino estructuras organizativas permanentes —aunque en su mayoría pequeñas y sin sedes físicas- activas durante todo el año. La mayoría de los EMDAF, en gran medida porque son iniciativas independientes y necesitan vender entradas con éxito para consolidar su actividad profesional y económica, deben cultivar una relación satisfactoria con la comunidad de espectadores, patrocinadores, socios y partes interesadas, desarrollando campañas de comunicación y marketing, poniendo en práctica textos, discursos, imágenes y narrativas durante todo el año, principalmente a través de sus propios canales: páginas web, boletines informativos y redes sociales.
- Por último, la mayoría de los EMDAF pueden cultivar un gran valor de red e instrumental: sirven de catalizador y punto de encuentro entre el artista, el público, las *stakeholders* y los profesionales de los campos relacionados con la creatividad digital, la música electrónica, el arte de los nuevos medios y las prácticas en torno a la intersección ciencia-arte-tecnología. En este sentido, además de promover la visibilidad de artistas emergentes y sus creaciones (Galuszka, 2022), pueden dar forma a determinadas escenas artísticas o musicales (Bennett & Peterson, 2004; Bennett & Rogers, 2016; Straw, 1991) o incluso servir como eventos configuradores en el campo de la música electrónica y las artes digitales (Lampel & Meyer, 2008; véase también Colombo, 2017; Colombo & Richards, 2017).

En términos dimensión y escala de este tipo de festivales, los EMDAF proponen, además de pequeñas actividades secundarias a lo largo del año, eventos principales por los que

son internacionalmente reconocidos, de pequeño o medio formato, durante dos y cuatro días de duración, con las tardes y noches del fin de semana como principal atractivo:

- Hablamos de EMDAF pequeños cuando cuentan con un público de entre 2000 y 5000 personas y normalmente con un presupuesto total de entre cien mil y doscientos mil euros, como por ejemplo los festivales portugueses Semibreve o MuchoFlow.
- La gran mayoría de EMDAF europeos son medianos, con un público de entre 5000 y 15000 personas y con un presupuesto de más de doscientos mil y en algunos casos rozando el millón de euros, como por ejemplo los festivales españoles L.E.V., MIRA o el festival ROBOT de Bologna (Italia).
- Hablamos de EMDAF grandes cuando aglutinan un público de entre 15000 y 50000 personas; y de macro-festivales para aquellos que aglutinan más de 50000 personas, como por ejemplo el festival Sónar de Barcelona, con un presupuesto que durante las últimas ediciones ha rozado los diez millones de euros.

Los festivales inician un proceso de diálogo e interacción discursiva con los campos culturales y artísticos en los que cohabitan sobre la base de sus prácticas y sus estructuras institucionales, es decir, existiendo como entidades sociales: como organizaciones. Los festivales de música electrónica y artes digitales, como la mayoría de los festivales post-tradicionales, necesitan financiación, recursos materiales y humanos, valores, conceptos e ideas. Necesitan construir una identidad y una marca que los lleve a ser reconocidos como festivales artísticos, diferenciándolos de otros formatos culturales como exposiciones, actuaciones, fiestas, simposios, ferias, etc. Los festivales de artes digitales, como la mayoría de los festivales actuales, comienzan a hacerse cultural y artísticamente —y por tanto socialmente- visibles y relevantes, a partir de su estructura organizativa e institucional (Santoro, 2008).

La mayoría de los EMDAF, en gran medida porque son iniciativas independientes y necesitan vender entradas con éxito, llevan a cabo importantes campañas de comunicación y marketing, cultivando y activando textos, discursos, imágenes y narrativas a lo largo del año, sobre todo a través de sus propios canales: páginas web, boletines informativos y redes sociales. Por otro lado, todos estos festivales, a lo largo del año, necesitan cultivar relaciones exitosas con múltiples factores clave sobre el

terreno, distribuidores, patrocinadores y socios, así como instituciones públicas. Por lo tanto, el estudio de los EMDAF desde un enfoque organizativo e institucional, desde una perspectiva dinámica y relacional, resulta fundamental.

Sin embargo, comúnmente, solemos entender los EMDAF como experiencias culturales situadas y eventos de corta duración, como lugares de encuentro y reunión de público, artistas y profesionales del sector, donde el público puede disfrutar de las creaciones artísticas más emergentes en los campos de la música electrónica y las artes digitales. En este sentido, solemos leer los EMDAF a partir de su dimensión situada y performativa, configurada a partir del conjunto de aspectos específicos que dan forma al evento en sí: los aspectos materiales y prácticos del formato, como por ejemplo los horarios y los tipos de espacios, los servicios ofrecidos por la organización, los contenidos, las estéticas presentes, la decoración, los tipos de experiencias ofrecidas y los discursos puestos en práctica. Como eventos situados, los EMDAF articulan su identidad y razón de ser en gran medida a través de los *festivalscapes* que configuran: la disposición espacial, la música, la iluminación, el material promocional, el personal, los tipos de servicios ofrecidos (bares, *foodtrucks*, librerías, *infopoints*), el ambiente en relación con otros visitantes, etc. son algunos de los aspectos que comúnmente destacamos cuando pensamos en cualquier festival artístico (véase Chen et al., 2019; Lee et al., 2008; Mason & Paggiaro, 2012).

Debido a ello, he elaborado un diseño conceptual que interpreta el objeto de estudio a partir de dos niveles analíticos, expandiendo así la noción habitual de *festivalscape*. En la siguiente sección presento los conceptos y enfoques clave que aplico en la investigación y que considero fundamentales para el estudio y el análisis de los EMDAF, entendidos no solamente como eventos efímeros de corta duración, sino también como estructuras organizativas permanentes que cultivan y ponen en prácticas una vida institucional y organizativa en su sector y sectores próximos durante todo el año, sobre en términos de comunicación y políticas culturales con instituciones, patrocinadores y colaboradores.

Partiendo de la noción *festivalscape*, he diseñado un marco conceptual a dos niveles: 1) la dimensión organizativa de los EMDAF, es decir, entendidos como estructuras

organizativas permanentes y activas durante todo el año, que cultivan un complejo aparato comunicativo y que también interactúan con otros agentes culturales clave, patrocinadores, socios, instituciones públicas y otras entidades de su propio ámbito y de ámbitos cercanos; 2) la dimensión situada de los EMDAF, que elaboro a partir de la categoría analítica emergente de "evento-vitrina", es decir, entendidos como grandes acontecimientos temporales dentro del calendario de un festival determinado.

A continuación, 1) presento primero las nociones de *festivalscape* y "evento-vitrina", justificando la necesidad de integrar en dicho *festivalscape* las prácticas — comunicativas, organizativas e institucionales— que estos festivales cultivan durante el resto del año, más allá de los tres días duración del evento-vitrina; 2) después presento los dos niveles analíticos a partir de los cuales diseño la fundamentación teórica de la investigación.

2.2. Las nociones de *festivalscape*

El término *festivalscape* ha sido usado durante las últimas décadas en la comunidad académica, sobre todo desde los estudios en ocio y turismo, en relación al estudio de los festivales y eventos para referirse al conjunto de aspectos que dan forma a un determinado festival entendido como evento-vitrina; es decir, prestando atención únicamente a la celebración del evento protagonista de una cierta organización reconocida como festival. Aspectos como el contenido del programa, la información disponible, las instalaciones, la comodidad, el personal, los productos del festival (comida, *merchandising*, libros...) o el entorno natural y paisajístico han articulado las diferentes nociones de *festivalscape*. Los colores, la disposición espacial, la música, otros ruidos, la iluminación, el material promocional, el personal, el ambiente en relación al resto de visitantes, etc. son otros de los aspectos que se han tenido en cuenta en los diferentes estudios que han abordado el papel del *festivalscape* en el contexto de los festivales (Chen et al., 2019; Lee, 2016; Lee et al., 2008; Mason & Paggiaro, 2012; Selmi et al., 2021).

El término *festivalscape* se formula en buena parte a partir del término *servicescape*; es decir, como el entorno y espacio donde se encuentran ciertos servicios y donde los propios usuarios los van a consumir. Por lo que, en su base, el *scape*, entendido como ambiente —bien sea *eventscape*, *festivalscape* o *servicescape*— encarna una clara dimensión espacial; una dimensión basada en los estímulos que emanan del espacio físico donde se desarrolla el festival (Mason & Paggiaro, 2012: 1330). Mason y Paggiaro matizan, sin embargo, en el contexto de su estudio empírico para el festival enológico Friuli DOC, entre dos tipos de aspectos que caracterizan el *festivalscape*: los aspectos tangibles y la atmósfera —simbólicos y culturales; que a su vez toman forma en tres factores principales: comodidad, comida y diversión. Por otro lado, por ejemplo, otros autores han identificado siete aspectos que forman el *festivalscape*: comodidad, personal, información, contenido del programa, instalaciones —infraestructuras físicas—, recuerdos y calidad de la comida (Lee et al., 2008).

A parte de una clara dimensión centrada en los aspectos espaciales, otra dimensión inherente a la noción de *festivalscape* se ha formulado a partir de la recepción, participación e interacción del público; es decir, a partir de las formas en las que los asistentes perciben el festival. Lee et al., (2008) basan el término en el conjunto de estímulos ambientales, tangibles y no tangibles, que generan ciertas respuestas cognitivas y afectivas en los visitantes, a su vez capaces de potenciar el consumo de otros productos o servicios presentes en el festival. De forma similar, Mason y Paggiaro (2012), analizan empíricamente el papel del *festivalscape* en relación al público, en este caso en torno a la satisfacción y las experiencias emocionales del público, con un enfoque particular en las dinámicas de comportamiento entre los asistentes, a partir del marco analítico ofrecido por la psicología ambiental o de los entornos.

En las últimas décadas, la comunidad académica, originariamente desde los estudios STS (*Science and Technology Studies*) y cada vez más hacia los estudios sobre música popular y medios de comunicación, ha adoptado la “perspectiva infraestructural” como enfoque analítico para explorar y analizar la compleja intersección entre las prácticas mediáticas, la tecnología digital y las dinámicas de la sociedad hiperconectada actual (Magaudda, 2020; ver también Bennett & Rogers, 2016; Sterne, 2012; Sterne & Razlogova, 2021). En este sentido, los últimos estudios a partir de la noción de

infraestructura aplicada a las dinámicas de la producción cultural, más concretamente a las escenas musicales locales en Australia, plantea una relación interdependiente entre las infraestructuras blandas —más humanas, flexibles, elásticas, dinámicas y emocionalmente arraigadas y conectadas con la escena en términos de contexto—, y las infraestructuras duras —aquellos espacios físicos, edificios, normalmente urbanos, que comprenden equipamientos técnicos, tanto humanos como materiales. De forma similar, la noción de *festivalscape*, si bien con un claro núcleo estético y en diálogo con aspectos como la identidad y originalidad de un determinado evento o festival, así como con la percepción y satisfacción que el público experimenta con dicho evento o festival, también integra parte de esta “perspectiva infraestructural”.

En resumen, estas nociones de *festivalscape* se focalizan en los aspectos prácticos que construyen el formato del festival y su relación con el público asistente, bien en términos de satisfacción y lealtad, en términos de emociones positivas y negativas; es decir, creando un vínculo entre el formato del festival en términos de contenido, servicios ofrecidos, otros aspectos no tangibles y simbólico, y la percepción del usuario. En este sentido, podemos decir que el *festivalscape* es el conjunto de estrategias y herramientas que conforman la identidad y la autenticidad de un festival determinado (Magaudda, 2011; Reyes-Criado, 2023).

Sin embargo, en todas estas acepciones en torno al término de *festivalscape* —o también *servicescape* o *eventscape*—, el núcleo conceptual de la noción se basa en interpretar un determinado festival exclusivamente como un evento efímero de corta duración, es decir, a partir de la dimensión situada y presencial del evento en sí. Sorprendentemente, hasta ahora, la comunidad académica no ha integrado el resto de actividades que un determinado festival desarrolla a lo largo del año —tanto actividades presenciales y pequeños eventos, como la puesta en prácticas de discursos, imágenes y narrativas a través de sus canales de comunicación— como parte del *festivalscape*. Por lo tanto, ¿no forman también parte del *festivalscape* los discursos y las dinámicas típicas de las campañas de comunicación que realizan los festivales para su promoción y comercialización? ¿no es la puesta en práctica, es decir, la dimensión performativa, de las dinámicas de producción —y divulgación, distribución, consumo— cultural lo que define a lo largo del año el *festivalscape* de un determinado festival?

2.2.1. Integrando la dimensión comunicacional, organizativa e institucional en el *festivalscape*

Los EMDAF no son solamente un evento-vitrina de dos días de duración y, por lo tanto, el *festivalscape* de un determinado festival no puede analizarse solamente a partir de los aspectos que conforman dicho evento de escasos tres días de duración. Los EMDAF, como la mayoría de festivales de artes, son estructuras organizacionales permanentes, capaces de producir y organizar múltiples proyectos dedicados a la producción cultural y artística del sector, colaborando normalmente con otras organizaciones o instituciones afines, con la comunidad de artistas y profesionales del sector. Por ello es fundamental enmarcar el *festivalscape* en un contexto más amplio: integrando las prácticas comunicativas y las relaciones institucionales que los festivales ponen en práctica, y que junto al resto de actores relevantes facilitan, además de la celebración del evento-vitrina, la existencia del festival como estructura organizacional permanente, como dispositivo cultural enfocado a la producción cultural y artística en un determinado sector.

Son pocos los trabajos los que han afrontado de forma holística y multidimensional los *festivalscapes* desde una perspectiva organizacional, discursiva, performativa y relacional. Ferdinand y Williams (2018) sin embargo han estudiado, a través del marco analítico ofrecido por la Actor-Network-Theory (ANT), el papel de las autoridades gubernamentales en la evolución del London Notting Hill Carnival. Su estudio es fundamental porque no prestan atención solamente a los aspectos prácticos, espaciales y materiales del evento en sí, sino en los múltiples actores —relativamente externos— que han constreñido o facilitado la evolución del London Notting Hill Carnival, desde una perspectiva dinámica y relacional que observa los procesos en relación (*observable processes-in-relations*) (Emirbayer, 1997). Por otro lado, la elaboración de Chalcraft y Magaudda (2011) del concepto *festivalscape*, a partir de la noción de los ambientes (*scapes*) de Appadurai (1996), puede iluminar esta lectura más amplia e inclusiva sobre el conjunto de factores que forma el aparato de un determinado festival. “Los *festivalscapes* son un conjunto de flujos culturales, materiales y sociales, tanto a nivel local como global, tanto concretos como imaginados, tanto deliberados como

involuntarios, que surgen y se establecen durante un festival específico” (Chalcraft & Magaudda, 2011: 174).

A partir de este marco, entiendo los *festivalscapes* como el conjunto de aspectos materiales y prácticos que configuran la dimensión situada y performativa del festival, pero, además, como el complejo aparato discursivo y simbólico que los festivales, como organizaciones, ponen en práctica para definir su identidad y generar autenticidad. En resumen, para entender los *festivalscapes* desde la dimensión performativa y discursiva de la cultura debemos analizar las especificidades de los formatos, los contenidos y estéticas, las experiencias de consumo, y los discursos que los festivales ponen en práctica.

Si pensamos en la dimensión comunicacional de los festivales, los EMDAF, se comunican con la comunidad de usuarios, público y fans a través de múltiples canales, en parte para vender entradas de forma eficiente y celebrar exitosamente sus eventos-vitrina. Para definir su identidad y generar autenticidad, los EMDAF, ponen en práctica determinados textos y discursos: las entrevistas, las notas de prensa, la comunicación web y en redes sociales, la propia identidad corporativa y visual del festival, las producciones audiovisuales para la promoción del festival, o incluso a través la creación de *playlist* comentadas en torno a las estéticas musicales presentes en un festival determinado. Por lo tanto, si ese conjunto de aspectos que conocemos por *festivalscape* sirve de principal estructura comunicativa para que un determinado festival justifique y cultive su identidad y autenticidad, sin duda, hay que abordar la dimensión comunicativa como parte de dicho *festivalscape*.

Si pensamos en la dimensión institucional y organizativa de los festivales, en términos por ejemplo de relaciones con agentes culturales del sector, de otros sectores próximos, o con instituciones públicas y privadas de cara a la búsqueda de financiación, tenemos claro que los EMDAF son organizaciones permanentes, que, si bien son reconocidas por sus eventos de corta duración, trabajan entre bambalinas durante el resto del año para celebrar dichos eventos con éxito. Aunque solemos relacionar los EMDAF con los aspectos estéticos, simbólicos y discursivos de la cultura —esto es, por su dimensión situada desarrollada en sus eventos—, también destacan por su papel como

distribuidores de contenidos o como facilitadores para otras industrias o campos (Peterson, 1973); es decir, como productores culturales. Si los EMDAF no son sólo un escaparate de dos días al año, sino organizaciones centradas en la producción cultural que desarrollan un papel generador y configurador en sus respectivos campos culturales, no podemos entender el *festivalscape* de un EMDAF solo a través del análisis del conjunto de factores que dan forma al evento de corta duración. Por lo tanto, es esencial enmarcar el *festivalscape* de los EMDAF en un contexto más amplio: integrar las prácticas de comunicación y las relaciones institucionales —con otros actores del sector, con instituciones públicas, con patrocinadores y socios— que se desarrollan a lo largo del año. Por lo tanto, el estudio de los EMDAF, y sus *festivalescapes*, desde un enfoque organizativo desde una perspectiva dinámica y relacional, estructural, institucional, comunicativa —además de situada, estética y performativa— se vuelve fundamental (Ferdinand & Williams; 2018). Solo a partir de un enfoque que aborde el *milleux* organizativo en el cohabitan junto a otros festivales, actores relevantes en su campo y otros campos, así como artistas, públicos, *stakeholders*, instituciones, nos permite abordar la cuestión motora de esta investigación: ¿Cuál es el papel de los Festivales de Música Electrónica y Artes Digitales (EMDAF) en la producción cultural contemporánea, especialmente en los campos de la música electrónica y las artes digitales?

A continuación, presento, caracterizo, defino y justifico la noción emergente de “evento-vitrina”; un resultado conceptual de la propia investigación que resulta fundamental para cualificar la dimensión situada y performativa de los EMDAF entendidos como eventos situados de corta duración.

2.3. La noción de “evento-vitrina”.

La noción emergente evento-vitrina es una categoría analítica resultante de la investigación de campo durante 2022, concretamente, surgida con el estudio de caso del festival ROBOT de Bolonia, que explicaré a continuación.

Actualmente, en el debate científico encontramos el uso de terminología similar, si bien no siempre en los estudios en eventos y turismo, pero normalmente, de forma no concienzuda, categórica o analítica, sino más bien como una especie de terminología genérica. Por ejemplo, encontramos en varias ocasiones el término “*showcase event*” o “evento-escaparate” (ver Wallace et al., 2021), pero sin una justificación clara de por qué se refieren a un determinado evento con este término en lugar de denominarlo “evento” a secas.

Sin embargo, en los últimos 6 u 8 años, en los estudios en eventos y sobre todo en relación a los estudios sociológicos y musicales en torno a las industrias musicales y los sectores creativos, sí que encontramos una elaboración conceptual un poco más avanzada, particularmente a partir de la noción “*showcase festival*” o “festival escaparate”, que presentaré a continuación (ver Ahlers, 2021; Brzozowska & Galuszka, 2023; Galuszka, 2022; Everts et. al., 2021; Inglis, 2021).

Sin embargo, es fundamental señalar, sobre todo por la naturaleza identitaria y conceptual que integra esta noción, que el término “*showcase festival*” procede del campo profesional y no académico. Particularmente, el término emerge por primera vez de forma legitimada y pública en 2017, a partir de una red de colaboración formada por 8 festivales europeos de música —electrónica, indie y música en directo principalmente— y creación digital, enmarcada en un proyecto financiado por la Unión Europea dentro de los programas de Europa Creativa, con el nombre de INES (Innovation Network of European Showcases). En este sentido, debemos tratar el uso terminológico de “*showcase festival*” no solo como una forma genérica de denominar algo, sino como una noción que ha sido legitimada por agentes clave en el campo de la música en directo en Europa para definir y categorizar una tipología específica de festivales cuya identidad se basa en la hibridación del ocio y oferta de contenido hacia el público, y negocio u oferta de relaciones comerciales y profesionales hacia las partes interesadas del sector —artistas, promotores, organizadores, agencias, periodistas, etc.

Los festivales escaparate son eventos nacionales de la industria musical que proporcionan una plataforma para el descubrimiento de artistas, la creación de redes empresariales y la educación. Combinan actuaciones musicales en directo, programas de conferencias y ferias comerciales. Esto los convierte en los centros

de innovación de la industria musical. Ya se trate del descubrimiento de artistas, la educación profesional o el desarrollo de capacidades, todo ocurre allí. Conectando esos centros, la INES creará un mercado musical europeo unido y fuerte.

(<https://www.monkeyweek.org/en/ines/>)

Por lo tanto, parece necesario reseñar que, en su identidad, la red de estos ocho festivales, fundadores e impulsores del proyecto INES en 2017, compartían una fórmula similar, al menos en términos de formato o concepto de festival, y a menudo en el resto de elementos del *festivalscape* —tipo de contenidos, estilos, estéticas o experiencias ofertadas, ambiente institucional compartido, estrategias comunicativas o de marketing muy similares, etc.

MW S&N
Monkey Week

4. Programación

“Más que por la música, Monkey Week es una fuerza vital clave para la cultura”
(The Quietus, UK)

Consolidado ya como un festival único en su especie, Monkey Week integra en su programación cuatro ejes fundamentales que vertebran una propuesta que une ocio y negocio en un ambiente inmejorable para las relaciones comerciales; pero también en el espacio idóneo donde conocer los próximos grandes nombres de la escena musical

A CIRCUITO DE SHOWCASES

C JORNADAS PROFESIONALES (MONKEY KEYS)

D FERIA DE MUESTRAS (MONKEY MARKET)

B CONCIERTOS DE NOCHE

ocio

negocio

Figura 1. Imagen del dossier de comunicación interna del Festival MonkeyWeek en su edición de 2019. Fuente: cedida por la organización del festival y La Mota Producciones.



Figura 2. Imagen del dossier de comunicación interna del Festival MonkeyWeek en su edición de 2019. Fuente: cedida por la organización del festival y La Mota Producciones.

Markus Fitzgerald, director general de Gigmit, organización cultural impulsora y coordinadora del proyecto INES, escribía en su perfil de LinkedIn en 2021, tras la finalización de los cuatro años de proyecto y los violentos efectos de la pandemia en el sector de la música y en concreto, en los festivales escaparate:

En 2017, la INES fue seleccionada para recibir financiación del Programa Europa Creativa. Casi 2 millones de euros a lo largo de 4 años. Era un paso muy necesario para construir lo que entonces se convirtió en una de las mayores redes europeas del sector de la música en directo. El sector de los festivales escaparate no estaba representado, ni organizado de alguna manera en estructuras de red. Esto conduce a silos y a enormes dificultades para los artistas cuando quieren tocar internacionalmente y construir sus carreras también fuera de sus mercados de origen. Puedo decir con orgullo que con la INES eso ha cambiado. Más de 350 artistas en Europa han sido nominados como INES#talents y el resultado han sido unas 500 contrataciones y acuerdos comerciales. Esto no sería posible sin el enorme interés por el proyecto y el apoyo de más de 20 festivales escaparate que decidieron que un enfoque colectivo es mejor que quedarse completamente en un

silos. Lo mejor es que estamos hablando de una red que se desarrolla orgánicamente ya que todos los implicados ven y sienten la necesidad. También me enorgullece decir que GIGMIT permitió por primera vez en la historia dar a los artistas un acceso transparente a todos estos festivales en Europa a través de una única plataforma digital. Nunca ha sido tan fácil para los artistas hacerse una idea completa de dónde pueden mejorar sus carreras y entrar en nuevos mercados.

En el mundo académico, sobre todo en el campo de los estudios sobre eventos y festivales encontramos también una revisión y una lectura sobre este tipo de festivales como objeto de estudio (véase Ahlers, 2021; Brzozowska & Galuszka, 2023; Galuszka, 2022; Everts et. al, 2021; Inglis, 2021). Sin embargo, en muchos de estos casos, parece que no existe una justificación clara ni convincente para el uso del término y su utilización ha sido, en los últimos años, bastante vago y genérico. Según Galuszka (2022:56), "un festival escaparate puede definirse como un evento cuyos objetivos principales son la promoción de artistas emergentes y la creación de redes entre músicos y representantes de la industria musical. Por lo tanto, aparte de varias actuaciones breves celebradas en múltiples lugares, estos eventos suelen albergar conferencias y sesiones de creación de redes para profesionales de la industria musical".

Esta definición podría describir y caracterizar, si bien de forma mínima e insuficiente, parte de la identidad y el *festivalscape* de los festivales de música electrónica y artes digitales. En este aspecto, la noción propuesta de showcase festival —tanto por el sector profesional como por la comunidad académica—, se basa en la caracterización de un festival únicamente en términos de formato o identidad estratégica a partir del binomio ocio y negocio; o bien, público o usuarios, y profesionales o productores. Sin embargo, es una noción que nos lleva a seguir comprendiendo, interpretando y reconociendo la actividad de estos festivales únicamente a partir de su dimensión situada y performativa como si se trataran de eventos de corta duración que aparecen y desaparecen en pocos días. Es decir, si bien es una noción que caracteriza o define de forma correcta un formato emergente en muchos festivales de música y creatividad digital en la última, se aleja de concebir los festivales como organizaciones y actores sociales, ya que es una noción que solo responde a la dimensión situada del evento entendido como encuentro efímero, a partir de un marco espacio-temporal.

En este sentido, y teniendo en cuenta el propósito motor de esta investigación y las cuestiones específicas de la investigación, cabe preguntarse: ¿no sigue siendo necesario abordar la dimensión organizativa e institucional de los EMDAF para comprender su papel en las dinámicas de la producción cultural? A pesar de ser ampliamente reconocidos como eventos de corta duración, ¿no desarrollan estas organizaciones múltiples relaciones organizativas, comerciales y comunicativas a lo largo del año para desarrollar con éxito tales eventos? ¿No se reconocen también, en el ecosistema organizativo en el que cohabitan, a partir de las relaciones y prácticas comunicativas que desarrollan a lo largo del año?

En mi investigación de campo, codifiqué la categoría emergente “evento-vitrina”:

Ahora nos centramos en la dimensión más urbana y pequeña del festival con un concepto de festival difuso. Estamos evolucionando hacia una actividad más regular, produciendo eventos y actividades durante todo el año. Antes trabajábamos todo el año y arriesgábamos todo para un fin de semana. Ahora, sin embargo, intentamos hacer algo cada mes. El festival ROBOT es el elemento cúspide, el evento-vitrina, el acontecimiento más importante del año. [...] La idea es que sea un festival difuso, no sólo por las múltiples sedes, sino por expandirse a lo largo del calendario, para hacer más visible nuestro trabajo como productores culturales. Y si te fijas, esto es algo que están haciendo muchos festivales, empezando por el Sónar, que lo hizo hace más de 10 años y a escala mundial. Pero también está ocurriendo en Europa y a menor escala, como Transmediale en Berlín, por ejemplo.

(R.M.1)

No podemos asumir la noción de "festivales escaparate" para categorizar a los EMDAF, entendidos únicamente como eventos que tienen lugar un fin de semana una vez al año. En respuesta a esto, la noción “evento-vitrina” hace referencia al evento principal del calendario anual de un festival determinado, sirviendo para diferenciar el evento principal del resto de actividades y prácticas más pequeñas que los festivales celebran y organizan a lo largo del año, que suelen requerir una menor cantidad de esfuerzo y recursos y, en consecuencia, generan un menor impacto. Aunque la noción de “festival escaparate” puede funcionar bien de forma genérica, pues pone de relieve el valor instrumental y de creación de redes de muchos festivales de música y artes digitales,

especialmente si pensamos en las carreras profesionales de los jóvenes artistas emergentes, también es un término que nos aleja de entender estas organizaciones como algo más que efímeros eventos de un fin de semana al año. Gracias a sus prácticas comunicativas, organizativas e institucionales cultivadas durante todo el año, los EMDAF hacen visible públicamente este valor instrumental y de red durante la celebración de sus eventos-vitrinas.

Por otro lado, el uso del término "vitrina" matiza y cualifica la relación del evento principal con otras actividades, prácticas y eventos paralelos, "que no están en la vitrina, porque no brillan tanto". (R.A.2.)

Pero a pesar de que el festival es lo que nos sirve de trampolín para posicionarnos como marca y como organización dedicada a la producción cultural, gracias a las otras actividades tenemos una posición más sólida y estable en el campo, y rentabilizamos nuestra actividad. Es algo que hemos ido aprendiendo y descubriendo en los últimos años. El festival pasa muy rápido y es muy frenético, pero las otras cosas que hacemos nos permiten relacionarnos con el sector y con nuestro público de otra manera, y nos permiten estar presentes durante todo el año, equilibrar los recursos y el riesgo a lo largo del año.

(R.A.2.)

Por estas razones, pienso que el diálogo entre la noción emergente de evento-vitrina, que representa la naturaleza situada y performativa de los festivales entendidos como eventos de corta duración, junto a la expansión del término festivalscape hacia las dimensiones comunicacionales, organizativas e instituciones que los festivales ponen en práctica durante el resto del año, son clave para fundamentar, conceptual, teórica y analíticamente, el propósito y las cuestiones de esta investigación.

A continuación, presento el diseño conceptual de la investigación a partir de estos dos niveles analíticos y los fundamentos que me servirán de referencia en su desarrollo a lo largo de la investigación.

2.4. Los EMDAF como organizaciones permanentes

Los festivales comienzan un proceso de diálogo e interacción discursiva con el sector cultural y artístico en el que cohabitan a partir de sus prácticas y sus estructuras institucionales (Santoro, 2008: 46), es decir, existiendo como entidades sociales: como *organizaciones* (ver Crane, 2002). Por tanto, el estudio de los EMDAF desde un enfoque organizacional e institucional desde una perspectiva dinámica, y relacional se vuelve fundamental. ¿Cómo contribuyen las estructuras y formas organizativas de los EMDAF en la idea de experiencia u objeto cultural por la que son reconocidos socialmente? ¿En qué modo los DAFs estimulan la creación de redes para la dinamización del sector y la configuración de determinadas escenas?

Los festivales de artes digitales, como todos los festivales contemporáneos o *post-tradicionales* (ver Bennett et al., 2014; Giorgi et al., 2011) necesitan de un espacio de reunión y de trabajo además del espacio dedicado al o los eventos y ceremonias, normalmente situados en ambientes urbanos⁵. Necesitan una financiación, recursos materiales y recursos humanos. Unos valores, conceptos e ideas con respecto a su actividad en el ámbito de la producción artística y cultural, es decir, una identidad y un nombre que los lleve a ser reconocidos como festivales de artes. En resumen, los festivales de artes digitales, como la mayoría —si no todos— de festivales actuales, comienzan a ser cultural y artísticamente —por ende, socialmente— visibles y relevantes, a partir de su estructura organizativa e institucional. Por ello, es imposible entender la naturaleza de los productos culturales —así como las prácticas artísticas— típicos de nuestra sociedad contemporánea —como los eventos culturales y festivales de artes—, sin examinar las estructuras y características de las organizaciones que las producen y divulgan (Crane, 1992: 4).

2.5.1. La perspectiva de la producción cultural (PofC) y el modelo de las seis facetas

⁵ Una excepción son los *transformational festivals* y *la cultura global del psytrance* (ver Li & Zhnag, 2023; Rowen, 2020; Partridge, 2006; St. John, 2009, 2012)

El núcleo conceptual de la perspectiva de la producción cultural se basa en que, para comprender sociológicamente un objeto, experiencia o dispositivo cultural o artístico, hay que analizar los factores y el contexto que posibilitan su producción. Es decir, hay que estudiar cómo los contenidos culturales —entendidos como formas de expresión (música, arte, literatura), como sistema de símbolos expresivos— se forman a través del *milieux* en el que son creados, manipulados, distribuidos, evaluados, transmitidos y conservados (Peterson, 1994: 165). La perspectiva de la producción cultural se concentra en el estudio de las formas en las que organizamos —todos, los seres humanos, a nivel social— la producción cultural, y en cómo esas formas de organizar la producción cultural repercuten en la naturaleza de los contenidos y significados (Santoro, 2008: 48). Por lo tanto, los fundamentos de la perspectiva de la producción cultural, siguiendo a Santoro (2008: 9) son:

- Un enfoque en los símbolos producidos formalmente, es decir, símbolos producidos y utilizados explícitamente en organizaciones específicamente dedicadas a ellos.
- Una prioridad concedida a los factores estructurales, organizativos, institucionales y económicos, que son externos a los actos creativos de producción de símbolos.

Es fundamental entender la perspectiva de la producción cultural de Peterson como un punto de vista complementario —en lugar de una crítica— a otros enfoques más focalizados en los análisis de los textos y discursos, biografías o recepción y audiencias que también buscan comprender las dinámicas de la cultura popular (Peterson, 1982). De hecho, como presentaré a lo largo del capítulo, la perspectiva de la producción cultural será complementada por otras perspectivas más focalizadas en el estudio estético y humanístico de la producción cultural y artística (ver Anand, 2000; Peterson, 2000).

Aunque comúnmente relacionamos los festivales de artes con los aspectos estéticos, simbólicos y discursivos de la cultura, también destacan por su papel como distribuidores de contenidos o como *facilitadores* para otras industrias o sectores (ver Peterson, 1973);

es decir, como productores culturales. Los festivales de artes son actores clave para la puesta en práctica de la *cultura como performance*, y para ello necesitan existir como entidades sociales: creando, comunicando y organizando discursos, estéticas, formatos, performances, eventos, etc. (Santoro, 2008: 48). Por ello vale la pena resaltar, que, aunque solemos focalizar la atención en el evento-vitrina del fin de semana, los DAFs, como la mayoría de festivales de artes, son estructuras organizativas permanentes y activas durante todo el año que desarrollan dinámicas de producción cultural de forma constante. Por ello es fundamental comprender cómo trabajan estas organizaciones; cómo funcionan desde dentro.

Por otro lado, el modelo de las seis facetas de la producción cultural —tecnología, ley y regulación, estructura de la industria / sector, estructura organizativa, carreras profesionales y mercado— es una herramienta analítica compuesta de seis factores que, normalmente en combinación y de forma interdependiente, constriñen o facilitan el desarrollo de ciertos productos, estéticas, prácticas o dispositivos culturales, pudiendo alterar la estructura estética de una expresión cultural (Peterson & Anand, 2004: 313). Esta herramienta ofrece un modelo para organizar y analizar sistemáticamente, a través de estos seis factores, la lógicas y dinámicas de producción cultural en torno a un objeto cultural o artístico concreto, con una prioridad en los aspectos estructurales, organizativos, institucionales y económicos de dicho objeto cultural.

Es evidente que el éxito de los festivales de música electrónica y artes digitales dependen en buena parte de las condiciones tecnológicas de las últimas dos décadas. El progresivo uso, implementación y optimización de la tecnología digital aplicada a la creación y a la performance audiovisual —por ejemplo, las DAWs como Ableton Live o ProTools más enfocadas a lo sonoro y SuperCollider o Max/MSP más enfocadas a lo visual— puede explicar la proliferación de material artístico de alta calidad y las estéticas emergentes en dichos sectores culturales (*tecnología*). Sin embargo, otras *facetas* parecen tener un papel fundamental en el paradigma de los EMDAF europeos y caracterizar la naturaleza del sector: la progresiva aparición y profesionalización de estos festivales responde en parte a la necesidad de cubrir un vacío de espacios, estructuras e infraestructuras ante una producción artística emergente, dispersa, fragmentada y *underground* (*estructura del sector*). Este vacío, en cierta manera, también se ha visto reflejado en los organismos

públicos encargados de regular, a nivel municipal, regional o estatal, tanto el uso de los espacios como la inclusión de estos festivales en los marcos de ayudas y subvenciones (*leyes y regulación*). Esto, a su vez, ha influido enormemente en cómo estos festivales sobreviven a nivel organizativo, siendo habituales las estructuras pequeñas, sin ánimo de lucro, basadas en voluntariados, con estructuras laborales no jerarquizadas (*estructura organizativa*), lo que ha determinado también las carreras de los profesionales y trabajadores dedicados al sector (*carreras profesionales*). En conclusión, es plausible pensar que, durante los últimos diez años, los DAFs europeos, han llenado un vacío no solo en respuesta a las prácticas artísticas emergentes, sino también en respuesta a un giro en las preferencias y gustos del público, cada vez más omnívoro y abierto a los últimos formatos, experiencias y estéticas. Por lo tanto, cabe plantear que los DAFs europeos están desarrollando un rol importante en la re-configuración de un nuevo nicho de mercado en torno a las estéticas emergentes en el campo de la electrónica y en el campo de las artes digitales (*mercados*).

Esta hipótesis ejemplifica cómo la herramienta de las seis facetas de la producción cultural puede ayudar a analizar sistemáticamente el paradigma de los EMDAF europeos. Sin embargo, como presentaré a continuación a partir de la noción de los campos organizacionales (*organizational fields*) (DiMaggio & Powell, 1983; Scott, 1995) proveniente de la teoría neo-institucional, un enfoque menos sistemático y más flexible basado en el concepto de los campos de acción estratégica (*strategic action fields*, SAF) (Fligstein & McAdam, 2012), permitirá la inclusión de otros agentes de influencia, atendiendo a la interacción con otros sectores cercanos —por ejemplo el de los “festivales EDM pop”(ver Holt, 2017; Montano, 2017)— además de tratar estos factores a múltiples niveles —por ejemplo, nacional e internacionalmente (Wilderom & Venrooij, 2019).

2.5.2. Campos organizacionales, campos de acción estratégica y eventos configuradores de campo

El núcleo conceptual de la teoría neo-institucional subraya la importancia del entorno institucional en la configuración de una determinada organización. Es decir, se basa en que es el contexto institucional el que configura los mecanismos relacionales de una

organización específica, puesto que esa organización, para ser relevante y visible socialmente, coexisten y se interrelacionan con otras organizaciones. Por lo tanto, un enfoque neo-institucionalista analiza cómo el ecosistema de organizaciones e instituciones, configura una forma organizacional particular y específica. En esta línea, entendemos un sector o campo organizacional como “un conjunto de organizaciones que, en su conjunto, constituyen un área de vida institucional: proveedores clave, consumidores de recursos y productos, agencias reguladoras y otras organizaciones que producen servicios o productos similares” (DiMaggio & Powell, 1983: 148). Nos referimos entonces al campo organizacional como “una comunidad de organizaciones que participa de un sistema de significado común y cuyos participantes interactúan con más frecuencia y destino entre sí que con actores ajenos al campo” (Scott, 1995: 56).

Sin embargo, una de las principales críticas ante las primeras posturas del neo-institucionalismo ha sido en referencia a la concepción de los campos organizacionales de forma homogénea y estática, sin prestar la atención debida a las dinámicas de acción y fricción entre las organizaciones que configuran el entorno institucional. En respuesta a estas observaciones, los teóricos neo-institucionalistas conceptualizan algunos aspectos clave para orientar una nueva mirada hacia los niveles de acción en los campos organizacionales desde una perspectiva procesual, dinámica y relacional —en lugar de tan estáticamente institucionalizada:

- Superar la estabilidad y la inercia desde donde se enfocan los campos organizacionales, introduciendo la noción de *cambio* —proceso y acción— en el campo; considerando los propios intereses de las organizaciones (Covaleski & Dirsmith, 1988; DiMaggio & Powell, 1983);
- entendiendo que muchas organizaciones pueden cambiar rápidamente sus estrategias en respuesta a presiones institucionales o desafíos externos (Oliver, 1991);
- para posicionarse como emprendedores institucionales (Fligstein, 1997).

En resumen, los neo-institucionalistas pretenden superar la idea de que los campos organizacionales se caracterizan por un isomorfismo homogéneo; integrando los comportamientos, dinámicas y estrategias basadas en el cambio, en la acción y en los

procesos de interacción entre las organizaciones⁶. En esta línea, Fligstein y McAdam (2012) han conceptualizado la noción de *campos de acción estratégica* (SAF) con la intención de corregir la sesgada atención materialista de la sociología económica, la falta de agencia en el análisis institucional y la insuficiente atención a las estructuras organizacionales permanentes de la investigación en los movimientos sociales (Swartz, 2014).

El aspecto clave de los SAF es que los campos no están aislados ni son herméticos a otros campos, sino que cohabitan en un entorno mucho más amplio formado por otros campos —en una red de campos— pudiendo determinar fuertemente, en procesos de *interdependencia* o *dependencia*, las dinámicas y estrategias de acción de un determinado campo. De esta manera, los campos están en movimiento, en proceso de cambio y en continua fricción. Estas relaciones entre campos son fundamentales para entender las dinámicas de los campos, en el sentido de que la estabilidad y el estado de un determinado campo depende en buena medida de su relación con otros campos (Fligstein & McAdam, 2012: 19).

Otro aspecto fundamental, que seguramente ilustra las estrategias creativas e innovadoras de muchos festivales de música electrónica y artes digitales, recae en las *capacidades sociales* de determinados actores y agentes del campo para dar forma a nuevos significados, intereses e identidades en favor del sector (*Ibid.*: 4). En el caso de los EMDAF, los directivos de estas organizaciones, a través de sus planes de comunicación y *marketing*, a través de un fuerte ecosistema de estrategias discursivas y comunicacionales, y por supuesto a través de sus eventos-vitrina, construyen autenticidad e identidad; prevén, interpretan e innovan en el campo.

Una de las nociones que mejor ha conceptualizado, de forma más empírica y pragmática, las formas de acción, interacción, las consecuencias y los procesos de cambio entre los campos organizacionales ha sido la de “evento configurador de campo” (*field-configuring event* - FCE) (Lampel & Meyer, 2008). El núcleo conceptual de la noción de FCE se basa en que determinados eventos de gran influencia e impacto, tales como grandes

⁶ Para una excelente revisión sobre la evolución de la noción de campo organizacional ver Wooten & Hoffman, 2016.

carnavales, ferias profesionales o ferias de tecnología, simposios y conferencias relevantes pueden encapsular, determinar el desarrollo y la configuración de un determinado sector (Lampel & Meyer, 2008; Lange et al., 2014; Schüßler & Sydow, 2015). Más recientemente, importantes eventos culturales han sido analizados a través de la noción de FCE: por ejemplo, la Feria del Libro Internacional de El Cairo (Shahar, 2017) o mucho más cercano al objeto de estudio de esta investigación, el festival Sónar (Colombo & Richards, 2017).

Según Lampel y Meyer (2008: 1027), los FCE se caracterizan por los siguientes aspectos:

- Los FCE reúnen en un mismo lugar a agentes procedentes de diversos ámbitos profesionales, organizativos y geográficos;
- La duración de los FCE es limitada, normalmente de unas horas a unos días;
- Los FCE ofrecen oportunidades no estructuradas para la interacción social cara a cara;
- Los FCE incluyen actividades ceremoniales y dramáticas;
- Los FCE son ocasiones para el intercambio de información y la creación colectiva de sentido;
- Los FCE generan recursos sociales y de reputación que pueden utilizarse en otros lugares y para otros fines.

Teniendo en cuenta estos criterios, parece posible que algunos de los festivales de música electrónica y artes digitales, casos de estudio que analizaré en esta investigación, puedan funcionar como FCE para el sector de la música electrónica y de las artes digitales; sirviendo de plataformas donde los profesionales e interesados en el sector deben encontrarse para intercambiar ideas, para generar redes, para establecer su posición y conocer qué está pasando en el sector (Colombo & Richards, 2017: 629).

Sin embargo, es fundamental tener en cuenta, como ilustra el manifiesto ICAS que abre este segundo capítulo, que la mayoría de organizaciones y festivales que participan en el del sector, priorizan el intercambio, la participación y la experimentación artística —es decir, la dimensión estética, cultural y relacional— por delante de las lógicas de mercado y el beneficio económico. De hecho, la mayoría de festivales, a pesar de mover grandes cantidades de dinero y ejecutar presupuestos elevados en la producción de sus eventos-vitrina, operan como entidades jurídicas asociativas y sin ánimo de lucro, a menudo también funcionando a través de varias formas de voluntariado. En este sentido, parece coherente interpretar el fenómeno de los EMDAF como un campo de acción estratégica en interrelación con otros sectores cercanos (*proximate fields*) (Wilderom & Venrooij, 2019) más industrializados, como el de la “EDM pop” y sus macro-festivales —en lugar de como un sector comercial o industrializado en sí mismo.

En esta interpretación, es donde la noción de las escenas musicales y los estudios sobre música popular complementan ulteriormente la noción de los campos de acción estratégica y la perspectiva de la producción cultural, ayudando a entender los aspectos no lucrativos, participativos y colaborativos de la mayoría de EMDAF y sobre todo, haciendo de puente hacia la dimensión situada y performativa de los festivales —que desarrollaré en la siguiente sección del capítulo a través de la noción de *festivalscape*— y hacia los aspectos simbólicos y estéticos que los caracterizan.

2.5.3. Las nociones sobre las escenas musicales

La noción de escena ha servido como marco para el estudio de fenómenos, situaciones, relaciones y dispositivos en torno a la producción, distribución, performance y recepción de la música popular desde mediados de los años '90 (Straw, 1991; Bennett & Peterson, 2004)⁷. La identidad de cada escena se basa en ciertas especificidades definidas por las formas en las que sus actores se interrelacionan y participan en las dinámicas de producción musical, tanto a nivel simbólico, cultural y estético, como a nivel material, organizativo, estructural e infraestructural (ver Dowd, 2014; Magaudda, 2020). Así, podemos decir que los *music scenes studies* se focalizan en las situaciones donde los

⁷ Para una revisión sobre la historia, el uso y la influencia de la noción de escena en la comunidad académica ver la introducción al volumen de Bennett & Rogers, 2016.

artistas, *performers*, público y fans, colectivos u organizaciones, interactúan colectiva y transversalmente para potenciar un determinado fenómeno musical denominado *escena* (Bennett & Peterson, 2004: 3).

Bennett y Peterson (2004) proponen tres tipos de escenas: las escenas locales, marcadas por una notable y específica dimensión y arraigo geográfico; las escenas trans-locales, que aún con un marcado carácter local, se caracterizan por compartir preferencias estéticas de forma transfronteriza; y las escenas virtuales, en auge a partir el uso expandido de internet, caracterizadas por integrar en una misma escena específica, actores separados geográficamente y repartidos por todo el mundo. Mientras que los estudios sobre las escenas musicales anteriores a los años '90 se han basado mayoritariamente en las formas de participación de un público localizado en un zona o ciudad —arraigadas localmente—, en las últimas dos décadas hemos visto como han crecido significativamente los estudios de las escenas trans-locales a partir de varios tipos de festivales (Down, 2014; Down et al., 2004; Holt, 2016; 2017; Laloti, 2013; Magaudda, 2017; Montano, 2009, 2011, 2017; Park, 2017; St John, 2010). De hecho, en la actualidad, prácticamente todas las escenas, en cuanto configuradas a partir de los procesos de globalización, pluralización y digitalización de la cultura, son de alguna forma trans-locales y virtuales.

Si imagináramos el fenómeno de los festivales de música electrónica y artes digitales europeos como una escena en sí, esta sobreposición y permeabilidad entre los tipos de escenas se vuelve aún más clara: los *festivalscapes* que los DAFs ponen en práctica se basan en gran medida en formatos, estéticas, contenidos, experiencias de consumo y discursos afines a la cultura de la música electrónica de baile y sus festivales, las prácticas artísticas post-internet y post-digitales; que, a su vez, nacen y se expanden a partir de este contexto de progresiva digitalización, globalización y fragmentación cultural⁸.

8 Para una excelente aportación al paradigma del cosmopolitismo en los festivales de artes y música consultar los informes del proyecto EURO-FESTIVAL (*Art Festivals and the European Public Culture*) y el volumen *Festivals and the Cultural Public Sphere* editado por Giorgi, Sassatelli y Delanty, 2011.

Tassin (2004), ampliando la perspectiva de las escenas musicales, presenta la noción de *redes musicalizadas* refiriéndose a las redes —principalmente personales— que se configuran en torno a la producción musical, en parte como respuesta a la falta de institucionalización y recursos materiales. A partir de este concepto, Costantini (2020) expande el concepto de las redes musicalizadas de Tassin a partir de tres tipos de redes, con lógicas socio-económicas diferentes y con capacidad para sobreponerse entre sí: *redes estilísticas*, dedicadas a nichos eclécticos y múltiples estilos musicales; *redes locales*, con una fuerte conexión a los espacios locales, normalmente centradas en géneros populares —en contraposición a los géneros-nicho de las redes estilísticas. Por último, las *redes profesionalizadas*, que se generan a partir de las dinámicas organizacionales e institucionales —sellos discográficos, salas, organizaciones, entidades, agencias de booking y eventos, etc.

Al contrario, debemos entenderlos como un complejo set de dinámicas interconectadas y en continua sobreposición, interdependientes o dependientes, y en continua lucha por el capital cultural (Bourdieu, 1993; 1995) y subcultural (Thornton, 1996). Estas dinámicas, como sucede a menudo con los EMDAF europeos, se reflejan en la progresiva profesionalización, legitimación e industrialización de muchas escenas, que, aun manteniendo el poder estructural y organizativo y actuando bajo estructuras legales sin ánimo de lucro, se alejan de las éticas y estéticas DIY, posicionándose como organizaciones activas en el sector en continua lucha por los varios capitales (Bourdieu, 1993; 1995; ver, por ejemplo, Magaudda, 2009; Santoro & Solaroli, 2007).

Por último, además de la dimensión relacional, simbólica, estética y cultural, de comunidad y de red, focalizada en las propias prácticas musicales, “el otro” aspecto clave en la noción de escena es la dimensión situada y espacial. Straw (1991), en línea con la noción de los *pathways* —circuitos de acceso / experiencia— introducida por Finnegan (2007), concibe las escenas a partir de su dimensión espacial y situada, en contraste con la dimensión comunitaria y simbólica, subrayando así la importancia de las condiciones materiales e infraestructurales en la configuración de las escenas (ver Magaudda, 2020). De forma similar al diálogo entre el enfoque de Straw —más centrado en la dimensión organizativa, espacial y situada— y el enfoque de Bennett y Peterson —más centrado en la dimensión relacional, comunitaria y simbólica—, G r me Guibert (2006, 2012)

diferencia dos enfoques principales en el concepto de escena: la escena experimentada y la escena percibida. La primera pone el énfasis en la dimensión etnográfica de la escena; es decir, en cómo los actores se movilizan y cooperan para dinamizar dicho sector a través de las propias prácticas musicales. Por otro lado, la escena percibida hace referencia al aparato organizacional y relacional movilizado por agentes “externos” a la propia producción de contenidos, es decir, sponsors, prensa, políticas públicas, etc.

En esta sección, tras exponer la noción de EMDAF a partir de la cual concibo esta tesis doctoral, he expuesto los enfoques analíticos y los conceptos que usaré para afrontar la dimensión organizativa y relacional de los EMDAF europeos, reflejadas en las cuestiones de la investigación que buscan comprender desde una perspectiva organizativa la naturaleza del objeto de estudio.

Aunque la perspectiva de la producción cultural y la herramienta de las seis facetas de la producción cultural proponen un marco utilitario y aplicativo adecuado para estudiar la cultura desde una perspectiva organizacional, el enfoque más dinámico y procesual de los campos organizacionales y los campos de acción estratégica (SAF) parece más adecuado a la naturaleza de los EMDAF europeos y ayudan a presentar el marco interpretativo sobre la capacidad configuradora de un sector cultural que ciertos DAF estimulan a través de sus eventos-vitrina y su efecto motor en el sector gracias a su actividad permanente, como organizaciones activas durante el resto del año.

Las varias nociones de escenas que he presentado proponen en su conjunto una perspectiva polivalente para afrontar tanto los aspectos simbólicos, culturales y relacionales de los EMDAF, sin olvidar los aspectos materiales, situados y organizacionales. Además, debido a que los formatos, estéticas, contenidos y experiencias de consumo que proponen los EMDAF, derivan en buena parte de la EDMC, la *electronica* o los festivales de música popular en general, la literatura que han generado los *music scene studies* es de gran inspiración y obligada referencia para orientar el análisis de la dimensión situada y performativa de los EMDAF y sus *festivalscapes*.

2.6. Los EMDAF como eventos-vitrina.

Los EMDAF suelen ser reconocidos por su *evento-vitrina* como lugares de encuentro y reunión de público, artistas y profesionales del sector. Este evento-vitrina es el principal acontecimiento del calendario de un determinado festival. Suelen consistir en pequeños y medianos eventos, de entre dos y cuatro días de duración, con las tardes y noches del fin de semana como principal atractivo, caracterizados por ser híbridos al dialogar con dos campos culturales, a saber, la música electrónica y las artes digitales.

A través de sus eventos-vitrina, los EMDAF ponen en práctica múltiples formatos, estéticas, contenidos, experiencias y discursos, basados en la música electrónica/dance y las artes digitales, normalmente a través de actividades participativas y expositivas como conciertos, *djsets*, proyecciones audiovisuales, instalaciones interactivas, espacios digitales inmersivos y de realidad aumentada, proyectos de inteligencia artificial (IA), conferencias, talleres.

A diferencia de otros festivales dedicados a la intersección entre ciencia, arte y tecnología, concentrados en prácticas de new media y artes digitales —categorizados como New Media Art Festival o Digital Art Festival—, los EMDAF europeos integran un fuerte componente festivo derivado de la cultura de la música electrónica de baile (EDMC). Es decir, una de las señas de identidad común a la mayoría de festivales de artes digitales a los que me refiero en este estudio, recae en su particular equilibrio entre las varias disciplinas, formatos y experiencias, priorizando normalmente aquellas derivadas de la *electronica* y en la EDMC, por encima de otras prácticas más enfocadas a las prácticas de “arte digital” (ver Paul, 2016).

El núcleo conceptual de la noción de partida propuesta para los EMDAF subraya dos macro-dimensiones de la cultura —la dimensión organizativa y la dimensión situada— desde una perspectiva dinámica, en interrelación y sobreposición, enfatizando dos aspectos clave sobre el significado social y cultural de este tipo de festivales:

- Los EMDAF son comúnmente reconocidos por su dimensión situada y performativa gracias a sus *eventos-vitrina*; es decir, el principal evento festivo, construido a partir de un determinado *festivalscape*, que normalmente llamamos festival.
- Los EMDAF, para conseguir celebrar con éxito dichos eventos-vitrina, funcionan como estructuras organizacionales permanentes, siendo capaces de generar nuevas redes, dar forma a determinadas escenas o incluso configurar un sector específico en un territorio concreto; es decir, existiendo antes de nada como entidades sociales, como instituciones y organizaciones en relación con otras organizaciones e instituciones.

A partir de sus eventos-vitrina, los EMDAF se caracterizan por ser lugares que estimulan una intensa interacción e intercambio entre los asistentes, artistas y profesionales del sector, gracias al complejo y diverso conjunto de actividades, espacios y experiencias disponibles durante la celebración del evento, normalmente, concentrado en un fin de semana. De esta manera, el *festivalscape*, entendido como el ambiente material, estético y cultural parece cumplir dos funciones principales:

- Sirve como estructura de signos y significados clave a través del cual los EMDAF materializan y ponen en práctica su identidad, generando autenticidad y diferencia —con el resto de festivales de artes y con otros tipos de festivales de artes digitales— a través de las particularidades de cada *festivalscape*.
- Sirve como elemento clave a través del cual, el público, artistas, y profesionales del sector perciben el festival —como evento y como estructura organizativa permanente—.

Por lo tanto, para comprender la dimensión viva y situada de los eventos-vitrina impulsados por los EMDAF, deberemos estudiar los aspectos principales que componen el evento, siguiendo en buena parte el debate académico presentado en el segundo apartado de este capítulo. Tal y como he justificado al comienzo del capítulo, los estudios sobre el *festivalscape* de los eventos y festivales —que también han sido analizados bajo los términos *servicescape* o *eventscape*— han principalmente explorado en qué manera el conjunto de significantes y significados —sobre todo perceptibles de forma evidente— que configuran el evento dialogan con el público visitante en las dinámicas emocionales, en términos de satisfacción, lealtad y comportamientos futuros

relacionados directamente con dicho evento o festival (Carneiro et al., 2019; Getz & Page, 2016).

Sin embargo, es poco frecuente encontrar en el debate académico un estudio detallado de los elementos y estrategias, sobre todo en términos de dirección artística y producción —en términos de formas, contenidos y estéticas; o de infraestructuras, servicios, formatos, espacios—, hacen posible que una organización como un EMDAF cultive y configure exitosamente el *festivalscape* que tienen en mente. Solo muy pocas investigaciones, sobre todo en el marco de los estudios en eventos, o bien producción y gestión de eventos y espectáculos, han prestado atención analítica a cómo impacta la distribución de los espacios o los tipos de contenido en un determinado festival (ver por ejemplo Gómez de Castro, 2015).

¿Cómo se distribuyen y reparten las diferentes actividades a lo largo de la programación del evento-vitrina de un determinado festival? ¿Cómo se relaciona el gasto presupuestario según los diferentes tipos de contenido, qué tipo de espacios son prioritarios para la organización y a qué responden esas prioridades, cómo es la distribución de servicio de bebida y comida, en qué manera se dialogan los diferentes tipos de contenido con las diferentes franjas horarias y diferentes espacios, etc? Todas estas cuestiones también son fundamentales para comprender, desde una perspectiva estética y organizativa, la dimensión situada del *festivalscape* de los festivales.

CONCLUSIONES

En este capítulo he presentado, justificado y definido en profundidad la fundamentación teórica y el marco analítico que sostienen la definición y concepción del objeto de estudio: los festivales de música electrónica y artes digitales (EMDAF). Dada la metodología empleada y el diseño de la investigación basado en la Teoría Fundamentada (Charmaz, 2006), en lugar de revisión de la literatura de enfoque teórico al uso y de espíritu deductivo, que sí reviso en el primer capítulo, esta recoge los primeros resultados conceptuales y analíticos del primer acercamiento al campo de investigación.

En la primera parte del capítulo caracterizo y conceptualizo el objeto de estudio a través de dos niveles analíticos emergentes a partir de la noción de “*festivalscape*”: 1) EMDAF entendidos como estructuras organizacionales permanentes, en cuanto estos festivales trabajan todo el año, sobre todo en términos de comunicación y relaciones públicas, institucionales y financieras, para celebrar con éxito sus eventos; 2) EMDAF entendidos como “eventos-vitrina”, es decir, a partir de la dimensión situada, performativa y viva de sus eventos efímeros o de corta duración.

La noción evento-vitrina es además uno de los resultados conceptuales de la investigación, emergiendo como categoría analítica en la investigación de campo, especialmente durante las visitas etnográficas y las entrevistas con el equipo del festival ROBOT de Bologna. Aunque hay otras nociones similares como “*showcase festival*”, la noción “evento-vitrina” hace referencia al evento principal del calendario anual de un festival determinado, sirviendo para cualificar y diferenciar el evento principal del resto de actividades y prácticas más pequeñas que los EMDAF celebran y organizan a lo largo del año, que suelen requerir una menor cantidad de esfuerzo y recursos y, en consecuencia, generan un menor impacto. Por lo tanto, en este segundo capítulo abordo los conceptos y las dimensiones analíticas clave para abordar el objeto de estudio de forma teóricamente fundamentada. En concreto, reviso los siguientes conceptos y enfoques:

- Las nociones de “*festivalscapes*” (Lee et al., 2008; De Geus et al., 2016; Mason & Paggiaro, 2012; Morgan, 2008, Pegg & Patterson, 2010).
- La categoría analítica emergente del estudio evento-vitrina (Reyes-Criado, 2023).
- La perspectiva de la producción cultural y las seis facetas de la producción cultural (Peterson, 1976, 1994, 2000; Peterson & Anand, 2004; ver también Anand, 2000; DiMaggio, 2000; Dowd, 2007; Santoro, 2008).
- Los campos organizacionales (DiMaggio & Powell, 1983; Scott, 1995), campos de acción estratégicos (Fligstein & McAdam, 2012), los eventos motores (Richards, 2015) y los eventos configuradores de campo (Lampel & Meyer, 2008; Colombo, 2017; Colombo & Richards, 2017).

- La evolución y revisión de la noción de “escenas” (Bennett & Peterson, 2004; Bennett & Rogers, 2016; Costantini, 2020; Straw, 1991).

Al situar los festivales de música electrónica y artes digitales como organizaciones permanentes y activas durante todo el año, un macro-enfoque sociológico complementado con el marco propuesto los estudios en escenas musicales permitirán abordar el análisis de la dimensión organizativa y relacional de los EMDAF. Aunque uso la perspectiva de la producción cultural y la herramienta de *las seis facetas de la producción cultural* como perspectiva analítica principal para abordar las cuestiones específicas de la investigación, es importante considerar los matices más flexibles del enfoque más relacional e institucional, dinámico y procesual, de los campos organizacionales y los campos de acción estratégica. En este sentido, hay que recordar que a priori, el fenómeno de los EMDAF en Europa no parece tanto un sector altamente industrializado, por lo que las perspectivas de los campos organizacionales y los enfoques propuestos por el neo-institucionalismo son de importante referencia en el marco teórico y enfoque analítico de la investigación.

Al situar los EMDAF como experiencias situadas o eventos —a través del concepto de evento-vitrina que he propuesto—, me baso en la noción de *festivalscape* para afrontar la dimensión situada-performativa de los EMDAF. Analizaré los *festivalscapes* —formatos, estéticas y contenidos, experiencias de consumo y discursos— que los DAF ponen en práctica desde la perspectiva de la *Grounded Theory* (Charmaz, 2006), a partir del marco humanístico-estético propuesto los estudios sobre el arte digital, *electronica* y EDMC (Electronic Dance Music Culture).

Al colaborar y participar de forma activa con otras organizaciones e instituciones, y junto al impacto generado por sus eventos-vitrina, emerge la siguiente hipótesis: los EMDAF europeos pueden estar dando forma a una particular escena trans-local con sus eventos como nodo protagonista de la escena, y en algunos casos particulares, pueden servir de catalizadores para la configuración de un determinado sector (FCE) en un territorio donde aún no se había desarrollado.

Aunque normalmente pensamos en pistas de baile abarrotadas, *techno* imposiblemente mezclado con paisajes sonoros sin *kicks* ni *beats*, nubes de humo y niebla con cañones *láser*s creando superficies lumínicas y enormes pantallas panorámicas desgranando visualmente el sonido que sale de los enormes altavoces, a lo largo de esta investigación pretendo comprender el significado de los EMDAF en nuestras sociedades, estudiándolos no solamente a partir de sus eventos, sino entendiéndolos como organizaciones permanentes. Por ello, he elaborado la noción de evento-vitrina, que sirve además para diferenciar el evento principal —a lo que comúnmente llamamos festival— del resto de actividades y eventos organizados y producidos por los EMDAF, durante el resto del año.

En esta línea, es evidente que los EMDAF configuran sus *festivalescapes*, además de a través de sus eventos-vitrina, a partir de las actividades, proyectos y discursos que ponen en práctica durante todo el año. Por tanto, aunque podemos decir que la dimensión situada y performativa de los EMDAF se caracteriza por sus eventos-vitrina, debemos incluir los discursos y las prácticas institucionales como prácticas y dinámicas organizativas configuradoras del *festivalscape*. De forma similar, aunque para comprender la dimensión organizativa, institucional y relacional de los EMDAF necesitamos analizar cómo funcionan los festivales desde dentro para comprender como se relacionan hacia afuera, cabe subrayar que precisamente esas prácticas de participación, colaboración, patrocinio o incluso co-producción con otras organizaciones y agentes del sector son también acciones situadas; a menudo puestas en prácticas a partir del contexto ofrecido por los eventos-vitrina de estos festivales.

A continuación, explico en profundidad el diseño metodológico y el enfoque práctico de la investigación, para después continuar con la fundamentación empírica y la muestra y discusión de resultados.

CAPÍTULO 3

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA

En este capítulo voy a presentar en detalle el propósito del estudio y las cuestiones específicas de la investigación, para a continuación explicar cómo he diseñado la investigación y qué herramientas, instrumentos y métodos he puesto en práctica para responder a dichas cuestiones y propósitos. Tras argumentar en detalle cómo he articulado esta investigación cualitativa multi-situada y de amplio espectro estructurada en tres fases de investigación, expongo cómo he compilado y gestionado los datos, integrando algunas gráficas y tablas que ayudarán a comprender de forma eficiente y visual cómo he ejecutado la investigación en términos formales, estructurales y metodológicos.

3.1 Objetivos del estudio y cuestiones de la investigación

El propósito de esta investigación es analizar y comprender en profundidad, desde una perspectiva organizativa, qué y cómo son, y cómo funcionan los festivales de música electrónica y artes digitales (EMDAF) en el territorio europeo, cuál es su papel en nuestra sociedad y en qué manera influyen en las dinámicas de la producción cultural contemporánea, especialmente en los campos de la música electrónica y las artes digitales. De esta manera, en esta tesis analizo el funcionamiento de dichos festivales desde un punto de vista estético y organizativo, con el fin de ampliar la pregunta de investigación al papel que los festivales, como principal formato cultural situado, desempeñan en la evolución del campo de la música electrónica y las artes digitales a nivel europeo.

Por lo tanto, la pregunta motora —de ahora en adelante, L.D. (“Leading Question”)— de esta investigación es la siguiente:

- ¿Cuál es el papel de los Festivales de Música Electrónica y Artes Digitales (EMDAF) en la producción cultural contemporánea, especialmente en los campos de la música electrónica y las artes digitales?

En este sentido, el estudio trata de esclarecer el actual y creciente debate académico en torno a los festivales de artes y eventos culturales entendidos como catalizadores de innovación cultural y experiencias situadas para la creatividad, expresión, investigación y práctica artística.

A partir de esta cuestión motora, que ha impulsado la motivación para abordar esta investigación, he afrontado el estudio a partir de una red de propósitos que han servido para articular un primer acercamiento al campo de estudio y como coordenadas para definir unos objetivos específicos y orientar las cuestiones de la investigación:

- Definir y categorizar los festivales de música electrónica y artes digitales, es decir,
- conceptualizar y aclarar qué son y qué no son,
- conceptualizar y aclarar qué comparten y cómo se diferencian de otros formatos culturales situados similares, como pueden ser las bienales, los simposios o las ferias profesionales y comerciales.
- Comprender cómo se están expandiendo en Europa y señalar elementos, factores y realidades clave para su expansión y consolidación.
- Analizar, identificar y subrayar el valor de este tipo de festivales en nuestra sociedad, en particular, examinando su impacto en los campos de la música electrónica y las artes digitales.
- Desarrollar la investigación de forma dinámica, abordando primero una visión panorámica y exploratoria de la realidad, para después concentrar el estudio en un territorio específico a partir de una muestra combinada con varios casos de estudio.

- Afrontar la investigación desde una perspectiva organizativa y estética, poniendo el foco en la dimensión organizativa, en la dimensión comunicacional, en la dimensión situada y presencial, y en la dimensión instrumental de los festivales, entendidos como eventos de corta duración y como organizaciones estables dedicadas a la producción cultural.

A partir de estos propósitos, he articulado el diseño del proyecto y la investigación en su fase inicial, planteando las siguientes cuestiones de la investigación —de aquí en adelante R.Q.—:

- **R.Q.1.** ¿Cómo son y cómo funcionan, a nivel estético, material y situado, los EMDAF?
 - ¿De qué manera influye la dimensión estética y situada del evento en la identidad del festival? ¿En qué manera sus contenidos, sus espacios, las experiencias de participación y la interacción del público, o sus infraestructuras, definen la identidad del festival y su reconocimiento público como organizaciones culturales?
- **R.Q.2.** ¿Cómo son y cómo funcionan, a nivel organizativo y estructural los EMDAF?
 - ¿En qué manera afecta su dimensión organizativa interna a las carreras profesionales y a su reconocimiento público como organizaciones y/o entidades dedicadas a la producción cultural?
- **R.Q. 3.** ¿Cómo funcionan los EMDAF a nivel económico?
 - ¿Cuál es el papel de la vida institucional de los EMDAF y en qué manera afecta a su estabilidad como organización dedicada a la producción cultural?
- **R.Q.4.** ¿Cómo funcionan los EMDAF a nivel comunicativo?
 - ¿En qué manera la comunicación de un festival influye en su identidad y en cómo los reconocemos públicamente?
- **R.Q.5.** ¿En qué modo este tipo de festivales afectan a las carreras profesionales de los creativos del sector, pueden estimular la creación de redes, la dinamización del sector o la configuración de determinadas escenas?

- ¿En qué manera este tipo de festivales pueden ser eventos configuradores de campo (“event-configuring field) o eventos motores (“pulsar events”)?

A continuación, explico en qué manera he trabajado y qué herramientas e instrumentos de investigación he puesto en práctica para afrontar en términos formales, estructurales y metodológicas las cuestiones de la investigación apenas planteadas.

3.2. Diseño de la investigación y enfoque metodológico.

Tras presentar la investigación en términos de propósitos y objetivos del estudio, a continuación, voy a presentar los materiales instrumentales y los métodos que han servido para llevarla a cabo y afrontar exitosamente las cuestiones de la investigación.

Para abordar los propósitos de la investigación, he articulado el estudio de forma híbrida entre la exploración panorámica y el análisis en profundidad a partir de tres casos de estudio, planificando tres fases de investigación. Concretamente esta investigación, si bien analiza en profundidad el objeto de estudio a partir de tres casos de estudio; por otro lado, abordo la investigación desde una perspectiva panorámica, exploratoria y de amplio espectro —realizando un importante trabajo documental que mapea la realidad de festivales de artes digitales en Europa. En este sentido, con este diseño de la investigación afronto dos aspectos principales: por un lado, cubrir las lagunas académicas en el ámbito de los festivales de artes digitales; y por otro, fundamentar y enraizar el diseño de la investigación y el marco teórico en el propio terreno de estudio, es decir, de forma calada y participada en el campo de estudio, siguiendo el enfoque metodológico propuesto por la *Grounded Theory* o “Teoría Fundamentada” (Charmaz, 2006). Por lo tanto, en la base de esta investigación reside un carácter inductivo, acumulativo y cíclico, ya que el acercamiento, documentación y recogida de datos empíricos del propio terreno de estudio ha sido continuada durante toda la investigación, pero también fundamental desde la fase embrionaria del estudio, delimitando la propia articulación teórica de la investigación.

A partir de este marco metodológico, he articulado un diseño de la investigación basado en el estudio cualitativo, multi-situado y de amplio espectro, a partir de tres niveles y fases de la investigación siguiendo los fundamentos de la *Grounded Theory* (Charmaz, 2006).

3.2.1. Fase 1. Documentación estructurada y mapeo.

Debido a la laguna existente en torno al presente objeto de estudio, en la primera etapa de la investigación he desarrollado, además de una rigurosa revisión de la literatura científica y el debate académico existente en torno al campo de los festivales de artes, un trabajo de documentación estructurada y de amplio espectro (Dunne, 2011), con el objetivo de conocer de forma panorámica la escena de Festivales de Artes Digitales en Europa. Esta primera fase de investigación va a permitir conocer en profundidad los aspectos clave de este tipo de festivales, sus principales características y diferencias con otra tipología de formatos culturales situados como ferias profesionales y comerciales, grandes exposiciones, congresos, simposios, etc.

Para este segundo paquete de trabajo, los criterios de selección se han dividido en dos bloques: en primer lugar, se han seleccionado tanto aquellos festivales que se autodefinen como festivales, normalmente acompañados de otros términos como "artes digitales", "tecnología", "ciencia-arte-tecnología", "música electrónica" o "creatividad digital", como otras organizaciones con formatos participativos basados en el evento, como por ejemplo congresos, bienales o simposios en arte, ciencia, tecnología y sociedad —como por ejemplo ISEA—; en segundo lugar, un conjunto de factores como la heterogeneidad geográfica, el tamaño, la trayectoria y el reconocimiento internacional. En concreto, sólo se han seleccionado los festivales con más de 5 años de antigüedad y una asistencia de más de 3.000 personas. El objetivo de este hito de trabajo no era elaborar un mapeo estricto y definitivo del panorama europeo de festivales de artes digitales, sino generar un resultado bruto de la investigación fundamentado en el propio objeto de estudio (Charmaz, 2006; Strauss y Corbin, 1998), que me orientara y guiara en la correcta selección del "quintento" o muestra de casos de estudio a explorar en la siguiente fase de la investigación (Stake, 2005).

Debido al impacto del COVID-19, también se han seleccionado festivales que estaban activos antes de la pandemia pero que en el momento de la investigación vieron afectada su continuidad, al menos en el mismo formato anterior a la pandemia.

La metodología de esta primera fase, de tipo exploratorio, documental y de amplio espectro, tiene por objetivo conocer y comprender los aspectos clave de los festivales de artes digitales —entendidos como macro-categoría—, donde enmarcamos el objeto de estudio: los Festivales de Música Electrónica y Artes Digitales (EMDAF).

3.2.2. Fase 2. Selección de la muestra, análisis documental y primera fase de investigación de campo.

En una segunda fase de la investigación, tras generar un listado de más de 50 Festivales de Artes Digitales a lo largo de Europa, teniendo en cuenta el acceso y la disponibilidad de los miembros de la organización de dichos festivales. Para la selección de la muestra de estos 10 festivales, se han aplicado los mismos criterios utilizados en la primera fase de la investigación, con una sola salvedad: en esta segunda fase de la investigación, solamente se han seleccionado aquellos festivales que sí se autodefinen como festivales, quedando fuera, por tanto, otras manifestaciones y formatos similares como simposios o ferias profesionales.

A partir de esta muestra de 10 festivales, he desarrollado un análisis de material documental y de archivo. Particularmente, aunque manteniendo una perspectiva panorámica en términos de trayectoria y evolución, me he concentrado en las ediciones de 2018 —anterior a la pandemia—, 2021 y 2022. He analizado tres tipos de documentos: 1) documentación comunicacional generada, emitida y distribuida públicamente por la propia organización (páginas webs, redes sociales, *newsletters*, *flyers* y programas de mano, catálogos, etc.); 2) documentación especializada externa, tales como reseñas en prensa especializada o *fanzines*, programas de radio o podcast, entrevistas o apariciones en prensa pública; 3) publicaciones o literatura académica, tales como libros, artículos o actas de simposios y congresos.

A continuación, he realizado una primera ronda de entrevistas semiestructuradas en profundidad, con la perspectiva de la producción cultural como marco teórico de fondo (ver Perterson, 1994; Peterson & Anand, 2004; Reyes-Criado, 2023). Siguiendo el enfoque metodológico propuesto por la *Grounded Theory* o teoría fundamentada (Charmaz, 2006), las entrevistas han sido transcritas y sometidas a un triple ciclo de codificación según dimensiones de interés, aparición, identificación y categorización de conceptos analíticos, y contradicciones o diferencias. El objetivo de estas entrevistas ha sido identificar temas, argumentos y dimensiones de interés fundamentados y enraizados en el propio objeto de estudio.

De entre los 10 festivales seleccionados, por motivos de falta de acceso y disponibilidad, finalmente se han realizado 8 entrevistas semiestructuradas en profundidad —una por cada festival.

Por último, he realizado una visita etnográfica con acceso negociado favorablemente a 8 de los 10 festivales de la muestra, realizando, observación participante y documentación de campo estructurada durante la edición correspondiente al año 2022:

- L.E.V. Festival. Laboratorio de Electronica Visual, Gijón (España), del 26 de abril al 2 de mayo de 2022.
- MMMAD Festival Urbano de Arte Digital de Madrid, Madrid (España), del 4 al 31 de mayo de 2022.
- Sónar Festival. Música, Creatividad y Tecnología, Barcelona (España), del 16 al 18 de junio de 2022.
- ROBOT Festival. Electronic Music and Digital Arts Festival, Bologna (Italia), del 5 al 10 de octubre de 2022.
- Semibreve Festival. Electronic Music and Digital Arts Festival, Braga (Portugal), del 22 al 29 de octubre de 2022.
- Mucho Flow. Avant-garde multi-venue music festival, Guimaraes (Portugal), del 3 al 6 de noviembre de 2022.
- MIRA Festival. Digital Arts Festival, Barcelona (España), del 7 al 12 de noviembre.
- Dancity Festival, Foligno (Italia), del 26 al 30 de diciembre.

Para los otros dos festivales no visitados presencialmente, principalmente por motivos logísticos o de acceso, se han realizado los hitos correspondientes al trabajo de análisis documental y de archivo:

- Rockolektiv Festival, Bucarest (Rumanía).
- Unsound Festival, Cracovia (Polonia).

Además, se han realizado visitas a otros dos eventos de particular interés para la investigación, a pesar de no autodefinirse como festivales de artes digitales sino como bienal o simposio respectivamente. En ellos, disfrutado como oyente además de realizar documentación estructurada y observación participando, pudiendo realizar también alguna entrevista semiestructurada de menor duración a los organizadores o responsables del evento. La asistencia a estos dos eventos ha sido de particular interés científico para la investigación ya que ha permitido analizar en profundidad las diferencias entre los festivales seleccionados en la muestra y otros tipos de formatos culturales situados —como las bienales o los simposios en este caso— y esclarecer así la conceptualización y categorización del objeto de estudio:

- INDEX Biennial of Art and Technology, Braga (Portugal), del 12 al 22 de mayo de 2022.
- ISEA. 27th International Symposium on Electronic Art, Barcelona (España), del 9 al 16 de junio de 2022.

3.2.3. Fase 3. Estudios de caso

Al completar la primera y segunda fase de la investigación, los primeros resultados y conclusiones indican que existe una tipología de festivales, específica y muy definida, característica en toda Europa. Siendo también festivales de artes digitales en términos generales, se caracterizan por dar prioridad a contenidos, experiencias y formatos más relacionados con las estéticas emergentes de la *Electronic Dance Music Culture* (EDMC) que con el *New Media Art* o el arte digital. Por lo tanto, a partir de esta tercera fase, tras concluir las fases de investigación exploratoria y panorámica y un extenso trabajo de

investigación de campo, me concentro en la investigación de campo multi-situada a partir de 3 casos de estudio que analizaré en profundidad a lo largo de esta tesis.

En términos de justificación de la muestra de casos de estudio, además de los criterios apenas explicados — heterogeneidad geográfica, tamaño, trayectoria y reconocimiento internacional; y otros como el acceso y la pertinencia institucional de la muestra—, he enfocado esta tercera fase de investigación de campo hacia la perspectiva del estudio de casos múltiples. En este sentido, no pretendo comprender en profundidad la naturaleza de un único caso de estudio "intrínseco", sino más bien el flujo de dinámicas, interrelaciones, similitudes y diferencias dentro y entre la "quincena" de la muestra seleccionada, desde una perspectiva más "instrumental" (Stake, 2005; 2010).

En términos temporales, es importante señalar que la fase 2 y fase 3 no se han concebido de forma hermética y separada. En este sentido, debido a los factores de disponibilidad y calendario profesional de cada uno de los festivales seleccionados, las fases dos y tres se han desarrollado de forma simultánea, combinada, complementaria y acumulativa durante todo el año 2022.

Esta fase estudio empírico se ha estructurado en torno a cinco herramientas de investigación: (1) entrevistas semiestructuradas en profundidad con el director o directores de cada uno de los festivales estudio de caso, de entre 60 y 90 minutos; (2) entrevistas semiestructuradas de menor duración, entre 20 y 30 minutos, con cada uno de los miembros del equipo motriz de cada festival, entre 4 y 10 entrevistas por cada caso de estudio; (3) observación participante durante todo el evento principal del festival, en la edición de 2022; (4) experiencias etnográficas, siguiendo de cerca y realizando jornadas de *shadowing*, observando el *modus operandi* de los directores y coordinadores de cada uno de los festivales —principalmente en las áreas de producción y comunicación— durante las semanas previas y durante la celebración del evento. Por último, (5) he realizado al menos una entrevista en profundidad con un actor clave del sector, relativamente externo a cada uno de los festivales, principalmente del ámbito del periodismo especializado. El número de entrevistas realizadas, en particular las del grupo (2), ha estado determinado por la saturación de datos, es decir, el grado en que los nuevos datos repiten lo expresado en entrevistas anteriores (Saunders et al. 2018).

Recapitulando, el diseño de la investigación combina el trabajo de documentación estructurada con la investigación empírica en el propio terreno de estudio. En una primera fase se han mapeado los festivales de artes digitales en Europa generando un listado de más de 50 festivales. Aunque este resultado tiene un carácter procesual y se interpreta como material de investigación en bruto, ha servido para orientar el estudio en términos de definición, conceptualización y categorización del objeto de estudio, dada la laguna académica existente. A continuación, he seleccionado una muestra de 10 festivales según los criterios ya señalados. Tras analizar material documental y de archivo de esta muestra, se han realizado entrevistas en profundidad semi-estructuradas a directores o representantes de dichos festivales, además de visitas presenciales al campo con el objetivo de realizar observación participante y documentación estructurada *in situ*. Tras identificar una tipología específica de festival —los Festivales de Música Electrónica y Artes Digitales (EMDAF), completo el diseño de la investigación de campo a partir de tres casos de estudio en el sur de Europa: el festival Semibreve de Braga, el festival MIRA de Barcelona, y el festival ROBOT de Bologna.

Por lo tanto, en el análisis y redacción de esta tesis doctoral confluyen todos los materiales de investigación y resultados recogidos desde la primera fase de la investigación, pero obviamente, con un mayor énfasis y protagonismo en los tres casos de estudio seleccionados, los cuales he analizado en profundidad con hasta cinco instrumentos y métodos de investigación cualitativa. Por otro lado, ha sido fundamental la complementariedad y compatibilidad de las dos primeras fases de la investigación, que sin duda aportan la riqueza de la visión poliédrica y panorámica sobre el ámbito de estudio, sobre todo en términos de caracterización, conceptualización y categorización teóricamente fundamentada del objeto de estudio. Otra ventaja de este diseño de la investigación es el grado de compensación ofrecido por la muestra combinada, yendo desde un mapeo de más de 50 festivales, a una selección de 10 festivales, y hasta los 3 casos de estudio que analizo en profundidad. Esto ha permitido compensar las diferencias en las facilidades de acceso al campo, como también compensar la a veces ausencia de documentación comunicacional, o las visitas presenciales que de forma inesperada se pueden volver complicadas de desarrollar por falta de disponibilidad del personal a entrevistar durante las fechas señaladas para la realización de las entrevistas.

A continuación, desarrollo de forma más detallada y específica cómo se he compilado, gestionado y procesado los datos.

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y APLICACIÓN METODOLÓGICA

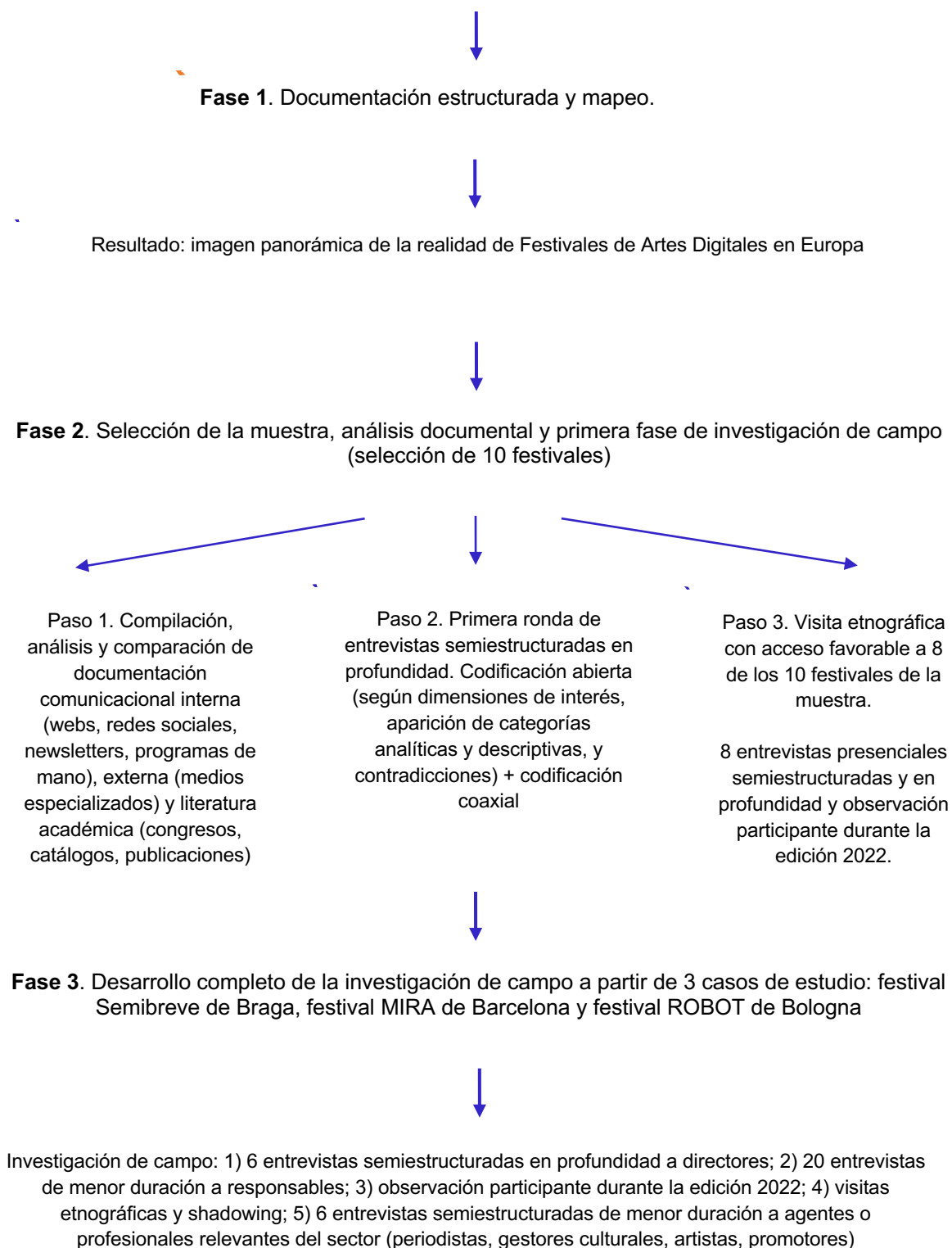


Figura 4. Diseño de la investigación y aplicación metodológica. Fuente: elaboración propia.

3.3. Compilación de datos y herramientas de investigación

3.3.1. Estudios precedentes

Al comienzo de la investigación he dedicado seis meses a indagar, repasar y revisar la literatura científica en el ámbito de los festivales contemporáneos, con el propósito de orientar teórica, temática y analíticamente el estudio y el diseño de la investigación.

He realizado un trabajo exploratorio en búsqueda de los estudios previos en el campo, principalmente desde los estudios socio-antropológicos, estéticos e histórico-artísticos, en los estudios sobre música popular y sobre eventos, ocio y turismo cultural.

Una herramienta clave en este proceso, que ha servido como faro en la esta fase preliminar y preparatoria de la investigación ha sido el proyecto de investigación *Euro-Festival Project. Art Festivals and the European Public Culture*, financiado por el “*Seventh Research Framework Programme and the European Research Area*” de la Unión Europea. Este proyecto fue la primera aproximación científica enmarcada en el estudio del ámbito de los festivales contemporáneos europeos desde las ciencias sociales y humanísticas, desarrollado entre 2008 y 2010 bajo la coordinación de la Universidad de Sussex y la participación del Centro Interdisciplinar de investigación comparada en Ciencias Sociales (ICCR) de Austria, y el Instituto Cattaneo de Italia, con las contribuciones de: Liana Giorgi, Jérôme Segal, Gerard Delanty, Monica Sassatelli, Marco Santoro, Marco Solaroli, Paolo Magaudda y Jasper Chalcraft. El proyecto ha generado cuatro amplios paquetes de trabajo que suman un total de más de 1000 páginas de contenido de absoluta referencia académica para el estudio histórico-artístico y sociológico de los festivales de artes en la actualidad. En resumen:

«Esta investigación es una contribución a la sociología cultural comparada de la sociedad europea contemporánea. El objetivo de la investigación es examinar el papel de los festivales como lugares de identificaciones transnacionales y de debate

democrático. Analíticamente, los objetivos del proyecto son: (1) Explorar el modo en que los festivales utilizan las formas estéticas para simbolizar, representar y comunicar la vida social y política (europea, nacional, subnacional) desde la perspectiva de diferentes actores, incluidos los directores de programas, los promotores de la financiación, los artistas escénicos y el público. (2) Estudiar el modo en que los festivales enmarcan el discurso de la identidad en relación con las artes, prestando especial atención a las interfaces local / europea y local / global, así como al enigma de la diferencia (diversidad) y la similitud. (3) Analice cómo los festivales representan lugares de competición por el acceso a los recursos, el estatus y el poder y cómo esta competición repercute en los debates sobre la representación, la apertura y la esfera pública».

Tras la lectura selectiva y análisis del proyecto, he continuado ampliando la revisión literaria, sobre todo desde los campos más histórico-artísticos, desde los estudios sobre música popular y sobre eventos, ocio y turismo cultural.

Uno de los resultados principales de esta fase preliminar, además del bagaje necesario para comenzar la investigación en profundidad y afrontar con solidez el diseño de la investigación y enfoque metodológico del estudio, ha sido la elaboración del primer capítulo de esta tesis doctoral y un artículo en proceso de publicación en una revista de impacto nacional.

Una vez concluida esta primera fase preparatoria, he comenzado a analizar documentación comunicacional y de archivo en torno al objeto de estudio.

3.3.2. Documentación estructurada y mapeo

En esta fase han sido fundamentales varios proyectos enmarcadas en los programas de Europa Creativa y otras plataformas o redes internacionales de festivales y organizaciones dedicadas a la producción cultural en los campos de la música electrónica y las artes digitales como: ICAS (International Cities of Advanced Sound), Shape Platform (Platform for innovative music and audiovisual art), EMAP, We Are Europe, Re:Imagine Europe, etc.

Todos estos proyectos han funcionado como repositorios y bases de datos de principal referencia durante el arranque de esta fase de la investigación. Se han analizado sus páginas webs, publicaciones de textos, artículos y catálogos —principalmente en formato digital—, sus redes sociales y las correspondientes participaciones en festivales, simposios o eventos relacionados y pertinentes con la investigación.













Otra fuente importante para la compilación de datos y referencias en esta primera fase de documentación estructurada y exploratoria ha sido la *wiki* de investigación y recursos independientes para las artes, la cultura y las humanidades monoskop.org. Concretamente, en términos de elenco y repositorio de festivales la dirección web "<https://monoskop.org/Festivals>", ha sido una pieza clave durante el comienzo de la investigación exploratoria, donde encontramos un listado de más de 120 festivales de todo el mundo focalizados en los campos de artes digitales, música electrónica, y new media arts.

Con todos estos datos, se ha generado una tabla con un listado de festivales europeos ordenados por países, a modo de material bruto de la investigación, que consta con la siguiente información: una breve descripción del festival, introduciendo el concepto y formato del festival así como la propia autodefinición o *tagline* de la organización, información general del festival —datos sobre fechas, ubicación, asistencia media, sedes, colaboradores, *partners* o instituciones implicadas—, así como los principales tipos de actividades y contenido ofertado por el festival.

Los criterios de selección han sido los siguientes: en primer lugar, se han seleccionado tanto aquellos festivales que se autodefinen como festivales, normalmente acompañados de otros términos como "artes digitales", "tecnología", "ciencia-arte-tecnología", "música electrónica" o "creatividad digital", como otras organizaciones con formatos participativos basados en el evento, como por ejemplo congresos, bienales o simposios en arte, ciencia, tecnología y sociedad —como por ejemplo ISEA—; en segundo lugar, un conjunto de factores como la heterogeneidad geográfica, el tamaño, la trayectoria y el reconocimiento internacional. En concreto, sólo se han seleccionado los festivales con más de 5 años de antigüedad y una asistencia de más de 3.000 personas. El objetivo de este hito de trabajo no era elaborar un mapa estricto y definitivo del panorama europeo de festivales de artes digitales, sino generar un resultado bruto de la investigación

fundamentado en el propio objeto de estudio (Charmaz, 2006; Strauss y Corbin, 1998), que me orientara y guiara en la correcta selección del "quintento" o muestra de casos de estudio a explorar en la siguiente fase de la investigación (Stake, 2005).

A continuación, como ejemplo, se adjunta un fragmento de este material bruto —que roza el medio centenar de páginas— para el caso de España, en el que he seleccionado un total de seis festivales de artes digitales.

NAME OF THE FESTIVAL	DESCRIPTION FORMAT / CONCEPT	GENERAL INFO (date, location and venues, attendees, related spaces, events or communities)	TYPES OF ACTIVITIES
<p>L.E.V. (Laboratorio de electrónica visual)</p> <p> Gijón and Madrid, Spain, 2007 – now</p>	<p>L.E.V., also known as Laboratory of Visual Electronics, is the International Festival of Audiovisual creation of Gijón.</p> <p>A project with over 12 years' experience which, since its inception, aims to provide the broadest possible view of electronic sound creation and its connection with the Visual Arts.</p> <p>L.E.V. is a festival especially focused in the natural synergy between image and sound, the live presentation, and the relationship established among audience, public space and the new artistic trends that constantly emerge on a global level.</p> <p> https://icasnetwork.org/members/lev-festival/</p>	<p> Gijón and Madrid, Spain, 2007 – now</p> <p> ¿?¿?</p> <p> Internationally recognized</p> <p><u>Related spaces / events / communities / partner:</u></p> <p>LABoral, Matadero Madrid ICAS</p> <p>**  Contact info@levfestival.com</p>	<p>A/V livesets and djsets Interactive installations and performances Conferences Workshops</p>
<p>MIRA Digital Arts Festival</p> <p> Barcelona, Spain, 2011 – now</p>	<p>MIRA is a digital arts festival based on exhibition, dissemination and education, held annually in Barcelona (since 2011) and has held two editions in Berlin (2016 and 2018). Focused on the intersection between art and digital culture, the festival has a program composed of audiovisual shows in traditional and fulldome format, digital art installations, screenings in fulldome format, conferences and workshops.</p> <p>MIRA aims to bring the public closer to diverse worlds of artistic creativity in an event with two main objectives: to serve as a platform for new creators and a showcase for world-renowned names; creating unique experiences through digital and technological innovation, always intertwining live music and visual arts.</p> <p> https://mirafestival.com/el-festival/</p>	<p> Barcelona, Spain, 2011 – now</p> <p> 10 000 visitors</p> <p> Internationally recognized</p> <p><u>Related spaces / events / communities / partner:</u></p> <p>Fabra i Coats CCCB IDEAL</p> <p>**  Contact press@mirafestival.com</p>	<p>A/V shows, livesets and djsets Full dome 360° screenings Installations Conferences Workshops</p>

<p>Off Barcelona</p> <p>📌 Barcelona / Others (Lisboa, NYC, Sevilla, Tel Aviv, Milano, Moscow...) 2001 – now</p>	<p>OFFF Barcelona welcomes creators, artists, programmers, theorists, students, fans and curious people who are interested in new forms of creation within the ever-emerging world of art and design.</p> <p>The festival aims to be an international meeting place on contemporary creation, with workshops, conferences and performances by artists.</p> <p>https://www.offf.barcelona</p> <p>https://ajuntament.barcelona.cat/dissenyhub/es/noticias/e-l-offf-crea-el-momento-perfecto-para-que-las-cosas-pasen</p>	<p>📌 Barcelona / Others (Lisboa, NYC, Sevilla, Tel Aviv, Milan, Moscow...) 2001 – now</p> <p>✅ Internationally recognized</p> <p>👤 ¿?¿?</p>	<p>Offline / Online Design, Motion Graphics, Sound & Music Design, Animation, Graphic Design, Development, Digital Art, Moving Image, VFX, Hyperrealism, Software Art, Exploration of Advanced Interaction, Visual Communication , Performance, Digital, Illustration, Calligraphy - Lettering, Digital Design, VR, AR, AI, Branding. All this focused on Film, Video, TV and Advertising.</p>
<p>Sonar Music, Creativity & Technology</p> <p>📌 Barcelona, Spain 1994 - now</p>	<p>Sónar is an arts, design, and electronic and experimental music festival, founded in Barcelona in 1994 by Ricard Robles, Enric Palau, and Sergi Caballero. The festival has been divided into two parts since its inception: Sónar by Day and Sónar by Night, with a three-Sy congress dedicated to Creativity, Technology and Business running concurrently since 2013. As well as the flagship event in Barcelona, Sónar hosts events around the world, with annual festivals currently taking place in Bogota, Buenos Aires, Hong Kong, Reykjavik and Istanbul.</p> <p>📄 https://sonar.es</p> <p>📄 https://es.wikipedia.org/wiki/Sónar_(festival)</p>	<p>📌 Barcelona, Spain 1994 – now</p> <p>👤 125 000 visitors</p> <p>✅ Internationally recognized</p> <p><u>Related spaces / events / communities:</u></p> <p>Sonar +D Sonar CCCB AI & Music. S + T + arts</p> <p>** Contact 📧 prensa@sonar.es</p>	<p>Concerts, live sets and djsets Exhibitions and installations Talks Clubbing and parties</p>
<p>ArtFutura</p> <p>📌 Barcelona Spain + others</p>	<p>ArtFutura Digital Culture and Creativity Festival explores the most important projects and ideas emerging in the international panorama of New Media, Virtual Reality, Interaction Design and Digital Animation in cities such as</p>	<p>📌 Barcelona, Spain, 1990 – now</p> <p>👤 12 000 visitors + online</p>	<p>Exhibitions Conferences and talks Workshops</p>






<p>locations, 1990 – now</p>	<p>Barcelona, Buenos Aires, Ibiza, London, Madrid, Montevideo, Paris, Rome and many others.</p> <p>https://www.artfutura.org/v3/</p>	<p>✓ Internationally recognized</p> <p><u>Related spaces / events / communities / partner:</u></p> <p>** Contact  martav@artfutura.org</p>	<p>Interactive Installations Performances</p>
<p>MMMAD Festival Urbano de Arte Digital de Madrid</p> <p> Madrid, 2020 - now</p>	<p>MMMAD es una asociación cultural sin ánimo de lucro cuyo objeto es la exhibición, divulgación y pensamiento entorno a la creación digital. Enfocado en la intersección entre cultura digital y espacio público, la asociación organiza el festival MMMAD desde 2020, con una programación compuesta por exposiciones, instalaciones, convocatorias, talleres y encuentros por toda la ciudad cada año.</p> <p>MMMAD nace con el objetivo de acercar el arte digital al público general, a través del desarrollo de acciones en el espacio público, al aire libre; innovar en los formatos y espacios para el arte digital, creando experiencias híbridas entre los mundos físicos y digital que escapan de los formatos convencionales; transformar el espacio público en un espacio para el arte digital, convirtiendo los soportes urbanos de uso publicitario en espacios culturales, y apoyar el talento emergente, programando a artistas y creadores jóvenes junto a artistas consagrados, nacionales e internacionales.</p> <p>https://mmmad.art</p>	<p> Madrid, Spain, 2020 – now</p> <p> 6 000 visitors + online</p> <p>✓ Internationally recognized</p> <p><u>Related spaces / events / communities / partner:</u></p> <p>Ministerio de Cultura AC/E Acción Cultural Española Embajada de Canadá Embajada de Suiza Pro Helvetia TBA21-Thyssen Bornemisza Fundación Telefónica ONKAOS</p> <p>** Contact  hola@mmmad.art</p>	<p>Exhibitions Conferences Workshops Interactive Installations Performances A/V shows Concerts and djsets</p>

Tabla 1. Material bruto de la primera fase de la investigación. Listado de festivales de artes digitales por países. Fuente: elaboración propia.

Tras la primera fase de investigación he seleccionado una decena de festivales, según los criterios mencionados y teniendo muy en cuenta aspectos prácticos y operativos como la disponibilidad de los organizadores y directores del festival y la negociación de dicho acceso.

De cada uno de los 10 festivales seleccionados, se ha realizado un trabajo de compilación, análisis y comparación de material documental y de archivo cuyo objetivo ha sido afrontar analíticamente las siguientes dimensiones o argumentos de interés:

- Dimensión espacio-temporal → Aparición del festival e historia.
- Dimensión situada y estética (*festivalscape*) → Eventos, formato, estructura temática y contenidos.
- Dimensión económica → Financiación, organización y colaboradores.
- Dimensión instrumental → Contexto urbano e impacto en el sector
- Dimensión relacional, institucional y organizativa → Competidores, instituciones colaboradoras o redes de colaboración (Europa Creativa)

Además, se han compilado en cada fichero los siguientes materiales de interés.

- Transcripción de entrevistas de interés realizadas por medios especializados.
- Material de archivo, tanto textual como audiovisual.
- Otros enlaces a material documental de interés

Las fuentes consultadas han sido las siguientes:

- Documentación primaria y secundaria sobre festivales, tal y como se encuentra en los archivos de festivales o de prensa, en los archivos de debates parlamentarios o en la literatura secundaria.
- Biografías de los fundadores y directores de programas / comisarios / gestores clave en momentos concretos.
- Información histórica sobre grupos / redes / instituciones que fueron clave en el inicio y desarrollo del festival.
- Documentación sobre política cultural en momentos clave seleccionados.
- Informes anuales de los organizadores del festival que informen sobre el presupuesto y/o los ingresos por importe y tipo.

- Listas de artistas participantes, comités de selección, gestores ampliados con biografías cuando estén disponibles.
- Estadísticas sobre la participación y distribución del público a lo largo de los años.
- Programas temáticos y publicaciones / productos relacionados
- Comunicados de prensa y comentarios

A su vez, el contenido se ha organizado y clasificado de la siguiente forma:

- Documentación comunicacional generada, emitida y distribuida públicamente por la propia organización (páginas webs, redes sociales, *newsletters*, *flyers* y programas de mano, catálogos, etc.).
- Documentación especializada externa, tales como reseñas en prensa especializada o *fanzines*, programas de radio o podcast, entrevistas o apariciones en prensa pública
- Publicaciones o literatura académica, tales como libros, artículos o actas de simposios y congresos.

En términos generales, el proceso de compilación y análisis documental se ha dividido en dos tiempos: primero he recabado la información disponible públicamente. Una vez compilada y organizada la información según los bloques de contenido apenas detallados, he contactado —principalmente vía email o Instragam— a los responsables o administradores de los correspondientes festivales para completar algunos aspectos clave faltantes en la primera fase compilación.

Como resultado, por cada uno de los diez festivales de esta muestra, se he generado un fichero con un documento de texto titulado “Background and Exploratory Research”, en las que he compilado de forma estructurada —a partir de la demanda de argumentos y dimensiones de interés— la información recabada. Además del documento en Word, en cada fichero, se han incluido fotografías u otro material audiovisual de interés. Estos ficheros, que, si bien funcionan como resultados brutos y procesuales, fundamentan, sobre todo en términos documentales e histórico-artísticos, el primer acercamiento al objeto de estudio para abordar de forma el siguiente paso de la investigación.

Tras finalizar esta fase de compilación, análisis y comparación de material documental y de archivo, he comenzado a diseñar los instrumentos metodológicos para estructurar y desarrollar la incursión en la investigación de campo en torno a dos herramientas principales: las entrevistas a expertos, semiestructuradas y en profundidad —de entre 50 y 90 minutos— y los cuadernos de investigación de campo, que explico a continuación.

3.3.3. Entrevistas semiestructuradas en profundidad.

Esta primera ronda de entrevistas representa el primer contacto directo con el objeto de estudio, en términos de interacción y participación presencial con los responsables de cada uno de los festivales seleccionados. En términos generales, el propósito de esta primera ronda de entrevistas en profundidad a expertos es el de conocer de primera mano las narrativas y dimensiones de interés de los agentes clave en el ámbito de los festivales de artes digitales europeos, a su vez, con el propósito de fundamentar teóricamente la investigación con argumentos, categorías analíticas y dimensiones de interés emergentes del propio objeto de estudio (Charmaz, 2006).

Las personas entrevistadas han sido cuidadosamente seleccionadas en términos de relevancia para el festival y en términos de acceso y disponibilidad, con el objetivo de desarrollar un debate en profundidad y detallado sobre las dimensiones de interés enumeradas, por lo general, con una duración de entre 50 y 90 minutos. Para ello, he elaborado una guía para la realización de las entrevistas dividida en 8 dimensiones de interés y un total de 29 preguntas.

Historia / Acerca de / Orígenes y contexto local	1. ¿Cómo te adentras en el mundo de la música electrónica y las artes digitales?
	2. ¿Cómo te lanzas / lanzáis a emprender con el proyecto del festival?
	3. ¿Cómo nace el festival y cuál es el contexto urbano / local para ello?
	4. ¿Qué condiciones, desde tu experiencia, hay en Europa para que entre 2005 y 2015 nazcan más de 20 festivales de este tipo?

	5. ¿Cómo crees que ha influido el festival Sónar en vuestro camino como festival, o en general, en el panorama de festivales de música electrónica y artes digitales en Europa?
Definición / Motivación / Misión / Valor instrumental	6. En tu experiencia, ¿cuáles son los objetivos y las expectativas que tienen en común la mayoría de festivales de música electrónica y artes digitales en Europa?
	7. Sin embargo, para vosotros, ¿qué os ha movido a emprender con este festival?
	8. ¿Cómo describirías vuestra misión, es decir, qué aporta vuestra actividad como festival a la sociedad y a los campos de la música electrónica y la creatividad digital? / ¿Y a nivel local?
	9. ¿Y en términos de opinión pública y percepción ciudadana, qué significa el festival para vuestra ciudad y región?
Identidad / Concepto / Representatividad	10. Hemos hablado de la misión que compartís muchos festivales, ¿pero en qué os diferenciáis vosotros, ¿qué os hace especiales?
	11. ¿Cuáles son los temas, conceptos y objetivos centrales en el diseño del concepto y formato del festival?
	12. ¿Han cambiado a lo largo de esta década?
Formato / Contenido / Festivalscape	13. ¿De qué manera organizáis y comisariáis los contenidos? Por ejemplo, ¿qué tipos de contenidos son más protagonistas que otros?
	14. ¿Y cómo afectan por ejemplo los tipos de espacios o los horarios al tipo de contenido?
	15. ¿Qué papel tiene el público en estas variables?
	16. En vuestra experiencia, ¿creéis que están cambiando las preferencias estéticas del público? ¿Qué papel tienen festivales de artes digitales y música electrónica como vosotros en esta especie de evolución estética?
	17. ¿Cómo afectan estos cambios en los tipos de público en el propio formato del festival?
Estructura Organizativa	18. En términos laborales y en ritmos de trabajo, ¿cómo es el festival?
	19. En términos numéricos, también hablando de personal, ¿podrías concretar un poco cómo fluctúa el festival a lo largo del año?
	20. La comunicación es un aspecto fundamental, ¿cómo de importante es en relación a otras áreas fundamentales del festival como por ejemplo la dirección general o administrativa, la producción técnica o la programación y dirección artística?

Comunicación / Relaciones Públicas e institucionales	21. ¿Y cómo se refleja esto en término laborales y en los ritmos de trabajo? Por ejemplo, ¿cuánto tiempo os ocupa la comunicación con respecto a las otras áreas?
	22. ¿Cuáles son las funciones o las áreas que abordáis desde la comunicación?
Financiación	23. ¿Cómo se costea el festival, en términos de ingresos?
	24. Con respecto a las subvenciones o financiaciones públicas, ¿de qué tipo son, regionales, estatales, europeas?
	25. ¿Cómo se distribuye el presupuesto?
	26. ¿Y según el tipo de contenido? Por ejemplo, ¿cuánto se dedica a música y cuánto a otras disciplinas artísticas u otros tipos de actividades, por ejemplo, talleres o charlas?
Redes / Colaboración	27. ¿Cómo se relaciona el festival con otros espacios, organizaciones e instituciones del sector o dedicadas a la producción cultural?
	28. ¿Qué diferencias notas entre las relaciones con instituciones públicas y otras organizaciones privadas?
	29. Y en cuanto a los patrocinadores y colaboradores, ¿cómo cultiváis estas relaciones y qué importancia tienen para el desarrollo exitoso del evento y vuestra actividad organizativa?

Tabla 2. Material bruto de la segunda fase de la investigación. Guión para entrevistas. Fuente: elaboración propia.

Esta tabla representa la hoja de ruta y guion de las entrevistas usada para todos los entrevistados en esta fase de la investigación. Aunque en la medida de lo posible se han intentado abordar todas las dimensiones de interés e incluso los temas o argumentos de cada pregunta, desde la posición de entrevistador he intentado no preguntar las cuestiones de forma directa y literal, si no que he conducido estratégicamente las entrevistas para estos argumentos emerjan de forma natural y orgánica. En este sentido, también he adoptado una posición flexible en la formulación exacta de las cuestiones, sobre todo teniendo en cuenta los diferentes perfiles profesionales o posiciones de los entrevistados.

Para cada entrevista he generado un fichero de texto en el que se han señalado los datos generales de las entrevistas —a quién, cuándo, cómo, idioma, modalidad, duración—, y la propia transcripción literal de la entrevista. Al final de cada archivo de texto he incluido

un pequeño reporte de valoración de la entrevista, en la que he comentado las percepciones del desarrollo de la entrevista, observaciones o apuntes a mejorar para las siguientes entrevistas, anécdotas o imprevistos —por ejemplo, cuando se añade una persona del equipo a la entrevista o si se ha interrumpido debido a una caída en la red. En términos formales o de protocolo, también he señalado si se ha suprimido alguna pregunta o dimensión de interés y por qué.

Todas las entrevistas han sido audio-registradas con una grabadora portátil y transcritas literalmente de forma manual al castellano desde el inglés, el portugués, el castellano y el italiano —idiomas en los que se han realizado originalmente las entrevistas. A continuación, la transcripción de cada una de las entrevistas se ha sometido a un triple ciclo de codificación siguiendo los fundamentos propuestos por la Teoría Fundamentada (Charmaz, 2006; ver también Della Porta, 2014), tal y como sigue:

- Codificación abierta. Todos los datos se han procesado de forma abierta a través de un sistema de clasificación y etiquetado según 1) argumentos, dimensiones y temas de interés; 2) conceptos y categorías analíticas y descriptivas; 3) contradicciones, diferencias o problemáticas.
- Codificación axial, con el objetivo de relacionar analíticamente los resultados de la primera codificación con los conceptos, categorías y enfoques emergentes del marco teórico referente e interpretar activamente a través de “memos” (Charmaz, 2006) los códigos y las categorías emergentes entre sí.

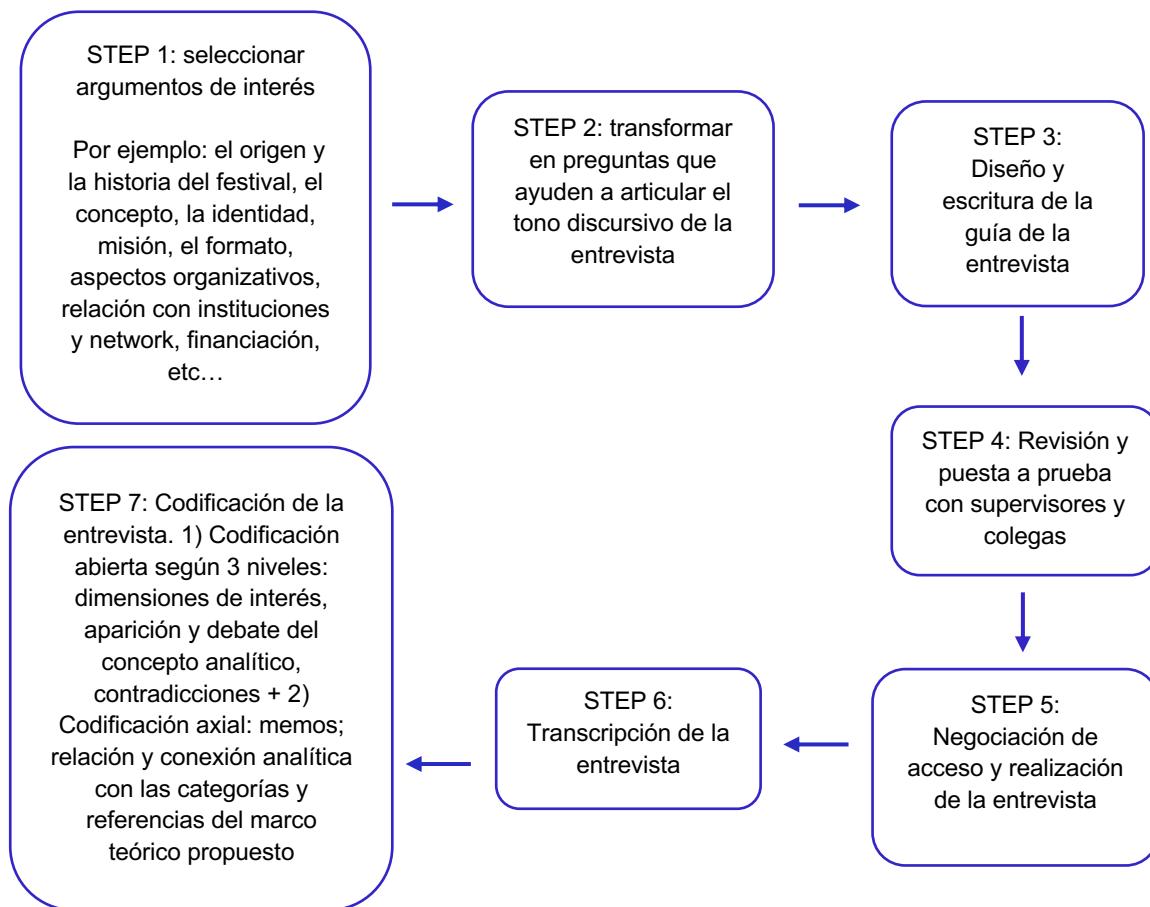


Figura 4. Representación gráfica del proceso de elaboración, codificación y análisis de los datos procedentes de las entrevistas. Fuente: elaboración propia.

En términos cuantitativos, más que buscar un gran número de entrevistas, se ha primado la idoneidad de los actores y personas entrevistadas, que, en la mayoría de los casos, si bien con funciones diferentes, se tratan de responsables directivos del festival —bien desde la dirección artística, la producción o la comunicación. En total, en esta fase de la investigación se han realizado 8 entrevistas semi-estructuradas y en profundidad, con una duración media de entre 50 y 90 minutos.

3.3.4. Cuadernos de investigación de campo.

Para las visitas etnográficas he desarrollado una serie de herramientas que han ayudado a estructurar y planificar la investigación. En términos generales, se han visitados todos los espacios donde se desarrollaban actividades en cada uno de los festivales y durante al menos un día del evento he realizado observación participante durante toda la jornada de programación, desde la primera hasta la última actividad —si bien en muchos casos de festivales multi-situados que no se celebraban en un único recinto, he combinado la jornada entre las varias localizaciones del festival. Preferente, estas visitas etnográficas y la observación participante tienen por objetivo enriquecer en términos analíticos y descriptivos la investigación en materia de *festivalscape*, es decir, el complejo aparato de símbolos y estímulos por el que un determinado festival es reconocido —contenidos, ambientes, decoración, público, servicios, etc...

La plantilla del cuaderno para la investigación de campo y las visitas etnográficas se ha organizado de la siguiente manera:

- Realización de una nota de campo por cada uno de los espacios visitados, a modo panorámico e introductorio, que describa el *milleux*, ambiente y contexto.
- Realización de una nota de campo amplia al final de cada día de visita etnográfica a cada uno de los festivales.
- Matriz analítica por cada uno de los espacios visitados, a modo específico.

NOMBRE DEL FESTIVAL Y NOMBRE DEL ESPACIO	FESTIVALSCAPE DURANTE EL EVENTO (ESPACIOS, RECINTOS, AMBIENTES, PÚBLICO)
Dimensión física y espacial	Describe en términos espaciales, de dimensiones el espacio. Señala las características arquitectónicas y urbanística, en relación a la localización en la ciudad, su accesibilidad y conexión en transporte público, si está en zona industrial, periferia, comercial o residencial, etc.
Formatos, contenidos y estéticas	Señala los horarios y el tipo de formato (tipo recinto o difuso y multisituado, día y noche, solo noche). Señala el tipo de contenido, tal y como aparece en los programas de mano o cartelería. Describe y cualifica el tipo de contenido en términos estilísticos y estéticos.
Puesta en práctica de discursos / comunicación	¿Cómo se comunica el festival? Elenca y describe todos los documentos comunicacionales visibles y evidentes (programas de mano, posters,

	paneles y vallas informativas o publicitarias, etc.) Describe también las actividades en redes sociales y email durante los días previos y durante la celebración del evento. Cualifica la presencia de información gráfica del festival en la vía pública (vallas publicitarias, publicidad en metro o autobuses, cartelería, etc.) Visita los espacios de “movida cultural” y comprueba si hay presencia del festival (cartelería)
Público / Aforo / Afluencia	Mide la proporción capacidad del espacio y ocupación / aforo. Si son patios de butacas cuenta los asientos. Puedes expresar por franjas (25%-50%-75%-100%)
Tipos de público	Llega con antelación al comienzo de las performances, o nada más abrir el recinto del festival. Describe cómo es el público (género, vestimenta, edades, etc..)
Hábitos y ritmos del público	Anota cómo se llena o se vacían los espacios. Cuáles son los ritmos, hábitos y usos según los contenidos y servicios (comida, bebida, merchandising) ofrecidos. Observa especialmente los espacios y ambientes en horas punta y en horas de escasa afluencia.
Servicios y personal	Describe los servicios según sus tipologías, el grado de necesidad e interacción con el público participante. Cuantifica el número de personal y ordena los datos según el tipo de servicio ofrecido o función realizada.

Tabla 3. Material de la tercera fase de investigación. Cuadernos de campo, matriz festivalscape durante el evento. Fuente: elaboración propia.

- o Matriz analítica por cada uno de los contenidos —performances, conferencias, conciertos— a los que se ha asistido y realizado observación participante.

Título de la performance	Tal y como aparece en el programa
Artista / Compañía	Nombre de la compañía, nacionalidad (indicar si aparece o no señalado en el programa)
Fecha / Novedad / Exclusividad	Indica la fecha de la producción / espectáculo. Indica si es un estreno (nacional, internacional, mundial)
Documentación / Programa de mano	Indica si hay un documento o contenido específico para dicha performance. Indica si es físico, online, el tono narrativo y el grado de detalle de la información, si se distribuye durante el espectáculo, si es en varios idiomas.
Descripción y análisis de la performance	Tipo de contenido, descripción estética y estilística. Copia literalmente la descripción o presentación oficial comunicada por la organización. Estructura y aspectos formales del espectáculo: aparato técnico o tecnológico (sonido, iluminación, proyección, robótica aplicada, interacción a través de dispositivos móviles, etc.), duración, lenguaje utilizado, etc.

	<p>Señala si hay aplausos, o por lo contrario, abucheos.</p> <p>Señala si el público abandona antes de acabar.</p> <p>Señala si el público permanece en los espacios tras finalizar la performance.</p> <p>Señala si el público comenta o comparte impresiones sobre la performance.</p>
--	--

Tabla 4. Material de la tercera fase de investigación. Cuadernos de campo, contenidos. Fuente: elaboración propia.

3.3.5. Estudios de caso.

En la tercera fase de la investigación, he continuado hacia el desarrollo completo de la investigación de campo a partir de 3 casos de estudio, desplegando una última etapa de la investigación en la que analizo más en profundidad y detallada los tres festivales a partir de entrevistas, observación participante y visitas etnográficas mano a mano con los organizadores de los tres estudios de caso seleccionados.

Además de la primera ronda de entrevistas realizada siguiendo la guía para entrevistas expuesta anteriormente, se ha realizado al menos una entrevista semiestructurada en profundidad por cada uno de los festivales seleccionados como estudios de caso con el objetivo de profundizar la dimensión organizativa, financiera e instrumental de estos festivales. En este sentido, se han recogido los resultados de los dos niveles de codificación de la primera ronda de entrevistas, activando y poniendo en diálogo dichos argumentos, dimensiones de interés, categorías —descriptivas y analíticas—, con el marco teórico y analítico de referencia. De forma similar a la primera fase de entrevistas, se ha diseñado y puesto a prueba una guía para la realización de las entrevistas.

Estructura organizativa interna	¿Quiénes sois el equipo motriz del festival y qué funciones desarrolláis cada persona?
	¿Cómo posicionarías tu papel y tus áreas de trabajo en relación con las otras áreas o departamentos del festival?
	¿Cómo es tu calendario laboral en relación al festival? ¿Cómo son los ritmos y espacios de trabajo a lo largo del año?
	¿Podrías contextualizar o comparar un poco tu situación profesional en relación al sector creativo y la producción cultural, tanto nivel local, nacional e internacional?

Identidad / Misión / Representatividad	A nivel personal, ¿Cuáles han sido tus motivaciones para formar parte de la organización del festival? ¿Cómo han cambiado a lo largo de estos años?	
	A nivel de organización y marca, ¿cuáles son las motivaciones y valores del festival?	
	¿De qué manera trasladáis esa identidad, esos valores, esos objetivos y motivaciones a vuestro público?	
	¿Qué papel tiene la comunicación en la transmisión de esa identidad?	
Dimensión económica y financiación (solo a directores y máximos responsables)	Entre las necesidades y motivaciones que hacen que este festival exista con éxito desde hace más de una década, ¿cómo se posicionan y funcionan las obligaciones financieras y los aspectos económicos?	
	En términos de financiación pública versus privada, ¿puedes compartir tu experiencia y percepción entre las diferentes formas de financiación? Por ejemplo, ayudas, subvenciones, anuales, bianuales, proyectos europeos Europa Creativa, etc.	
	Comercialización TICKETS	
	Ingresos BAR	
	Ingresos Merchandising	
	Ingresos otras actividades / eventos / promoción	
	Otros ingresos	
	Ayudas y subvenciones públicas	Internacionales
		Nacionales
		Regionales
		Locales
	Ayudas y subvenciones privadas	Internacionales
		Nacionales
		Regionales
		Locales
	Patrocinios	Sector cultural
		Otros sectores (hostelería, transportes, tecnologías, bebidas)
¿Cómo se relacionan todos estos elementos de financiación, sobre todo la venta de tickets, con la comunicación?		
¿Cómo de importante es comunicar de forma atractiva en relación al contenido del festival, a los grandes nombres y artistas conocidos?		
¿Qué papel tienen las redes sociales en la venta de entradas? ¿Hay otras herramientas y canales de comunicación clave para esto?		
¿Cómo repercute la comunicación en vuestra actividad a lo largo del año?		

	<p>¿Cómo repercuten las actividades y eventos que organizáis y lleváis a cabo a lo largo del año, en relación al festival y en términos de financiación?</p> <p>A menudo entre el público y aficionados, o incluso artistas y profesionales del sector, el éxito de los festivales se asocia a su progresiva comercialización en un sentido negativo, como si el éxito se tradujera en una pérdida de autenticidad. Se dice: “El festival X ya no es lo que era, se ha vuelto comercial y no es tan auténtico”. ¿Qué opináis de esto? ¿Qué papel juega aquí el crecimiento del festival? ¿Cómo se relaciona el aumento de la comercialización de tickets con el éxito y la autenticidad del festival?</p>
<p>Field-configuring Effect</p> <p>Valor Instrumental</p>	<p>En tu experiencia, ¿cómo impacta el festival en las carreras profesionales tuya y del resto del equipo motriz del festival?</p> <p>¿Y en comparación a otros agentes relevantes externos a la organización interna del festival, por ejemplo, artistas, agencias de booking y management, directores artísticos y gestores culturales, en el periodismo especializado, etc.?</p> <p>En términos de internacionalización, ¿cómo se relaciona el festival con otras redes o plataformas, con otras organizaciones similares? ¿Qué impacto tiene en tu experiencia?</p> <p>Y a nivel ciudad, ¿cómo ha influenciado el festival en la ciudad que hoy conocemos? ¿Cómo de relevante ha sido el festival en los campos de la música electrónica y la creatividad digital a nivel local?</p>
<p>Políticas culturales</p> <p>Dimensión institucional</p> <p>Valor de red / colaboradores</p>	<p>¿Podéis comentar y describir cómo es la vida institucional del festival, por ejemplo, con instituciones como el ayuntamiento o las oficinas culturales a nivel regional y estatal?</p> <p>¿Cómo de importante es el festival, o ha sido, en las políticas culturales a nivel ciudad, para el Ayuntamiento por ejemplo?</p> <p>¿Cómo es la red de socios, colaboradores y patrocinadores del festival?</p> <p>¿En qué manera, el desarrollo exitoso del festival depende de esta red tupida de entidades, organizaciones y profesionales?</p> <p>¿Cómo es y ha sido vuestra relación y experiencia con redes, plataformas y proyectos europeos, por ejemplo, de Europa Creativa, redes como ICAS o Shape Platform?</p> <p>En vuestra experiencia, ¿cuál es el papel de estas redes y plataformas europeas?</p> <p>De otra manera, ¿cuál es vuestro papel en este tipo de redes? ¿Qué aporta vuestra actividad como organización a este tipo de redes y en general, al campo de la música electrónica y las artes digitales?</p> <p>¿Destacarías alguna consecuencia o efecto directo y clave a nivel local, nacional o internacional?</p>

Comunicación / Discursos	¿Cómo ponéis en práctica el conjunto de discursos, imágenes y narrativas que os representan como organización? ¿Cómo transmitís vuestra identidad como festival?
	¿Podrías comentar cuáles y en qué manera unas herramientas de comunicación son más importantes que otras y cómo ponéis en práctica cada herramienta?
	¿Cómo dialogan estas prácticas comunicativas en relación al calendario laboral y la actividad del festival a lo largo del año?
	En tu papel como director artístico, ¿cómo influyen tus decisiones y tu criterio en la identidad del festival? ¿De qué manera transmites tu visión como director artístico al equipo de comunicación?
	¿Cómo cambian estos criterios en cada edición y de qué manera se materializa en vuestra identidad y prácticas comunicativas?

Tabla 5. Material de la tercera fase de investigación. Guion para entrevistas en profundidad en casos de estudio. Fuente: elaboración propia.

En términos de financiación y dimensión económica, debido a la naturaleza objetiva y precisa de los datos a recabar, se ha optado, de mutuo acuerdo con los organizadores y directores de los festivales, realizar las entrevistas y cuestionarios vía email. Se han tratado, de forma cualitativa y discursiva los siguientes argumentos, si bien posteriormente han sido confirmados o aclarados vía email.

- Estatus legal del festival / formas jurídicas
- Balance económico (beneficio o pérdidas)
- Número de empleados fijos a tiempo completo (equipo motriz)
- Número de empleados fijos a tiempo parcial (equipo motriz)
- Número de empleados temporales durante el evento-vitrina
- Número de personas voluntarias
- Número de visitantes / datos de *ticketing* (público local, público nacional, público internacional)

A continuación, adjunto las fichas —en inglés— que se han diseñado para abordar de forma más exacta la dimensión económica y financiera de los estudios de caso.

	2019 (or before COVID-19)	2021 (or COVID-19 edition)	2022 (actual edition)

Revenues in absolute terms			
PUBLIC Subsidies in absolute terms			
PUBLIC Subsidies by categories (also in % percentage)	EU / international	EU / international	EU / international
	national	national	national
	regional	regional	regional
	local	local	local
Major sponsoring (+50 000 €)			
Intermediate sponsoring (10 000 – 50 000€)			
Small sponsoring (less than 10 000 €)			
Donations			
Advertisement / Publicity			
Merchandising			
TICKETS			
BAR			
Other events / activities during the year			
OTHER			

Tabla 6. Material de la tercera fase de investigación. Matriz dimensión económica (ingresos) en casos de estudio. Fuente: elaboración propia.

FESTIVAL EXPENDITURES

	2019 (or before COVID-19)	2021(or COVID-19 edition)	2022 (actual edition)
Expenditures in absolute terms			
Permanent STAFF' expenditures in absolute terms			

Permanent STAFF by role (also in % percentage) (project manager, art director, curator / booking, communication technical production, logistic production...) as permanent active organization during the year			
Semi-permanent STAFF (between 2-6 months/year) e.g. communication / graphic design			
Temporary STAFF during SEMIBREVE Festival' week (as showcase-event)			
Temporary STAFF during small / satellite events			
Infrastructure / Administration			
Venue / Equipment cost			
Publicity / marketing cost			
Program in absolute terms			
Program by categories (also in % percentage)	Musical Acts (also A/V shows)	Musical Acts (also A/V shows)	Musical Acts (also A/V shows)
	Other live performances	Other live performances	Other live performances
	Installations / Exhibitions / Visuals	Installations / Exhibitions / Visuals	Installations / Exhibitions / Visuals
	Talks / Workshops	Talks / Workshops	Talks / Workshops
	KIDS	KIDS	KIDS
	Other	Other	Other
Other external costs (royalties & others)			

Tabla 7. Material de la tercera fase de investigación. Matriz dimensión económica (gastos) en casos de estudio. Fuente: elaboración propia.

Como punto fundamental en el diseño de esta matriz, cabe destacar cómo se ha especificado el tipo de reparto y equilibrio a nivel presupuesto según los diferentes tipos de contenidos y actividades.

Por lo tanto, en resumen, he repartido y combinado las diferentes herramientas y métodos de compilación y análisis cualitativo, a partir de cada uno de los casos de estudio, tal y como sigue:

Festival Semibreve, Braga (Portugal)	3 entrevistas semiestructuradas en profundidad con los directores del festival, de entre 70 y 90 minutos de duración
	6 entrevistas semiestructuradas a responsables de área (dirección artística, producción, comunicación, relaciones institucionales, logística, hospitalidad), de entre 25 y 35 minutos de duración
	Observación participante, durante la edición de 2022 y 2023
	Etnografía de 1 semana de duración, durante la edición de 2022
	3 entrevistas semiestructuradas con actores relevantes —externos al festival— (periodismo especializado y políticas culturales), de entre 25 y 40 minutos de duración.
Festival MIRA, Barcelona (España)	2 entrevistas semiestructuras en profundidad con el director del festival, de 80 minutos de duración
	4 entrevistas semiestructuradas a responsables de área (dirección artística y programación musical, comisariado artes digitales, producción, comunicación), de entre 20 y 45 minutos de duración
	Observación participante, durante las ediciones de 2019, 2021 y 2022
	Etnografía de 1 semana de duración, durante la edición de 2022
	1 entrevista semiestructurada con actor relevante —externo al festival— (periodismo especializado y políticas culturales), de entre 25 y 40 minutos de duración.
	2 entrevistas semiestructuradas en profundidad con los directores del festival, de entre 80 y 90 minutos de duración
	10 entrevistas semiestructuradas a responsables de área (dirección artística, producción, comunicación, seguridad, prevención del daño, relaciones

Festival ROBOT, Bologna, (Italia)	institucionales, logística, hospitalidad, sostenibilidad y voluntariado), de entre 20 y 30 minutos de duración
	Observación participante, durante las ediciones de 2022 (Robot Festival) y durante 2 eventos menores (Robot Night) durante 2022.
	Etnografía de 1 semana de duración, durante la edición de 2022
	2 entrevistas semiestructuradas con actor relevante —externo al festival— (periodismo especializado y políticas culturales), de entre 25 y 40 minutos de duración.

Tabla 8. Tabla-resumen de las herramientas de investigación y metodología implementada en casos de estudio. Fuente: elaboración propia.

En resumen, el total de las entrevistas realizadas a través de la tercera fase de investigación dedicada a los estudios de caso, ha sido, por lo tanto:

- 4 entrevistas semiestructuradas en profundidad, de larga duración, de entre 60 y 90 minutos, a directores o máximos responsable de cada festival analizado como caso de estudio, correspondientes a la segunda fase de la investigación.
- 7 entrevistas semiestructuradas en profundidad, de larga duración, de entre 60 y 90 minutos, a directores o máximos responsable de cada festival analizado como caso de estudio, correspondientes a la tercera fase de la investigación —estudios de caso.
- 20 entrevistas semiestructuradas de menor duración, de entre 20 y 35 minutos de media, a personal y equipo-motriz de cada uno de los festivales, por lo general, responsables de comunicación, producción, hospitalidad, logística, voluntariado y otras funciones y departamentos fundamentales en la organización, correspondientes a la tercera fase de la investigación —estudios de caso.
- 6 entrevistas semiestructuradas de menor duración, de entre 20 y 35 minutos de media, a agentes relevantes de la cultura contemporánea en relación a los campos de la música electrónica y las artes digitales, particularmente desde el periodismo y medios especializados o desde las políticas culturales, correspondientes a la tercera fase de la investigación —estudios de caso.

CONCLUSIONES

A lo largo de este capítulo he presentado las cuestiones clave a la hora de enfocar las estrategias y métodos para abordar la investigación.

Atendiendo al propósito del estudio —comprender en profundidad, desde una perspectiva estética y organizativa, qué y cómo son, y cómo funcionan los festivales de música electrónica y artes digitales en Europa y cuál es un papel en las dinámicas de la producción cultural—, he planteado una serie de objetivos más específicos y detallados, que ayudado a orientar las cuestiones específicas de la investigación.

La pregunta motora de la investigación es la siguiente:

- ¿Cuál es el papel de los Festivales de Música Electrónica y Artes Digitales (EMDAF) en la producción cultural contemporánea, especialmente en los campos de la música electrónica y las artes digitales?

En este sentido, el estudio trata de esclarecer el actual y creciente debate académico en torno a los festivales de artes y eventos culturales entendidos como catalizadores de innovación cultural y experiencias situadas para la creatividad, expresión, investigación y práctica artística.

Los objetivos específicos son los siguientes:

- Definir y categorizar los festivales de música electrónica y artes digitales, es decir,
- Conceptualizar y aclarar qué son y qué no son,
- Conceptualizar y aclarar qué comparten y cómo se diferencian de otros formatos culturales situados similares, como pueden ser las bienales, los simposios o las ferias profesionales y comerciales.

- Comprender cómo se están expandiendo en Europa y señalar elementos, factores y realidades clave para su expansión y consolidación.
- Analizar, identificar y subrayar el valor de este tipo de festivales en nuestra sociedad, en particular, examinando su impacto en los campos de la música electrónica y las artes digitales.
- Desarrollar la investigación de forma dinámica, abordando primero una visión panorámica y exploratoria de la realidad, para después concentrar el estudio en un territorio específico a partir de una muestra combinada con varios casos de estudio.
- Afrontar la investigación desde una perspectiva organizativa y estética, poniendo el foco en la dimensión organizativa, en la dimensión comunicacional, en la dimensión situada y presencial, y en la dimensión instrumental de los festivales, entendidos como eventos de corta duración y como organizaciones estables dedicadas a la producción cultural.

Con ellos, las preguntas de la investigación emergen de la siguiente manera:

- **R.Q.1.** ¿Cómo son y cómo funcionan, a nivel estético, material y situado, los EMDAF?
 - ¿De qué manera influye el *festivalscape* y la dimensión estética y situada del evento en la identidad del festival? ¿En qué manera sus contenidos, sus espacios, las experiencias de participación y la interacción del público, o sus infraestructuras, definen la identidad del festival y su reconocimiento público como organizaciones culturales?
- **R.Q.2.** ¿Cómo son y cómo funcionan, a nivel organizativo y estructural los EMDAF?
 - ¿En qué manera afecta su dimensión organizativa interna a las carreras profesionales y a su reconocimiento público como organizaciones y/o entidades dedicadas a la producción cultural?
- **R.Q. 3.** ¿Cómo funcionan los EMDAF a nivel económico?
 - ¿Cuál es el papel de la vida institucional de los EMDAF y en qué manera afecta a su estabilidad como organización dedicada a la producción cultural?

- **R.Q.4.** ¿Cómo funcionan los EMDAF a nivel comunicativo?
 - ¿En qué manera la comunicación de un festival influye en su identidad y en cómo los reconocemos públicamente?

- **R.Q.5.** ¿En qué modo este tipo de festivales pueden estimular la creación de redes, la dinamización del sector o la configuración de determinadas escenas?
 - ¿En qué manera este tipo de festivales pueden ser eventos configuradores de campo (“event-configuring field) o eventos motores (“pulsar events”)?

A lo largo del capítulo, he presentado los fundamentos metodológicos y herramientas para abordar dichas cuestiones de la investigación, estructuradas a partir de las tres fases principales de la investigación:

- Fase 1. Documentación estructurada y mapeo
- Fase 2. Selección de la muestra, análisis documental y primera fase de investigación de campo
- Fase 3. Desarrollo completo de la investigación a partir de 3 casos de estudio: el festival Semibreve de Braga, el festival MIRA de Barcelona y el festival ROBOT de Bologna.

En términos temporales, es importante señalar que la fase 2 y fase 3 no se han concebido de forma hermética y separada. En este sentido, debido a los factores de disponibilidad y calendario profesional de cada uno de los festivales seleccionados, las fases dos y tres se han desarrollado de forma simultánea, combinada, complementaria y acumulativa durante todo el año 2022 y parte del 2023.

En el análisis y redacción de esta tesis doctoral confluyen todos los materiales de investigación y resultados recogidos desde la primera fase de la investigación, pero obviamente, con un mayor énfasis y protagonismo en los tres casos de estudio seleccionados, los cuales he analizado en profundidad con hasta cinco instrumentos y

métodos de investigación cualitativa. Por otro lado, ha sido fundamental la complementariedad y compatibilidad de las dos primeras fases de la investigación, que sin duda aportan la riqueza de la visión poliédrica y panorámica sobre el ámbito de estudio, sobre todo en términos de caracterización, conceptualización y categorización teóricamente fundamentada del objeto de estudio. Otra ventaja de este diseño de la investigación es el grado de compensación ofrecido por la muestra combinada, yendo desde un mapeo de más de 50 festivales, a una selección de 10 festivales, y hasta los 3 casos de estudio que analizo en profundidad. Esto ha permitido compensar las diferencias en las facilidades de acceso al campo, como también compensar la a veces ausencia de documentación comunicacional, o las visitas presenciales que de forma inesperada se pueden volver complicadas de desarrollar por falta de disponibilidad del personal a entrevistar durante las fechas señaladas para la realización de las entrevistas.

Por último, en la segunda parte del capítulo, dedico una sección a explicar en detalle cómo he compilado, gestionado y procesado los datos, especificando las fuentes utilizadas, o por ejemplo, mostrando cómo se han diseñado las guías para las entrevistas o la estructura de temas y categorías a partir de las cuales he estructurado los cuadernos para las visitas etnográficas para cada uno de los casos de estudio.

A continuación, comienzo a describir, analizar y explicar los resultados empíricos de la investigación, comenzando por un capítulo clave dedicado a caracterizar, describir y analizar en profundidad cómo son y cómo funcionan los EMDAF estudiados, a partir de los *festivalscapes* que configurar gracias a sus eventos-vitrina.

CAPÍTULO 4

LA DIMENSIÓN ESTÉTICA, SITUADA Y MATERIAL DEL EVENTO-VITRINA

Cuando hablamos de un festival de música electrónica y artes digitales, lo normal es imaginar mucha gente bailando, proyecciones audiovisuales, *láser*s y efectos de iluminación avanzada, instalaciones de robótica y arte digital, performances y espectáculos. También es fácil pensar en los espacios de descanso o pensados para sociabilizar —zonas de terraza y *chill-outs* o zonas ajardinadas—, puntos de bebida y *foodtrucks*, o los puestos de *merchandising* y venta de productos oficiales —camisetas, gorras, bolsas, riñoneras, llaveros— o bien revistas y discos si alguna o varios sellos discográficos están publicitando y distribuyendo su material. También pensamos en la gente, en el público, en el ambiente del propio evento, la energía del momento, además de por supuesto los artistas y contenidos que ofrece el festival. La localización de los espacios, el tiempo climatológico, si los espacios estaban bien comunicados o no, si los servicios ofrecidos —por ejemplo, si los baños eran suficientes y estaban limpios, si había suficiente personal de información o había que esperar colas para pedir una bebida— eran confortables y satisfactorios. Todos estos aspectos, que forman parte de lo que conocemos por *festivalscape* (ver Chen et al., 2019; Lee et al., 2008; Mason & Paggiaro, 2012), definen la estrategia identitaria del evento-vitrina de un festival en términos de formato, a su vez, estructurado a partir de dos aspectos principales: espacios y programación. Es decir, en qué tipos de espacios se desarrolla el evento de un festival y cómo se integran las diferentes propuestas y tipos de contenidos de la programación en dichos espacios.

La mayoría de festivales de música electrónica y artes digitales, a través de sus canales de comunicación y su página web, hacen un importante ejercicio de auto-descripción y auto-definición, dibujando con detalle los elementos más características del *festivalscape* del evento-vitrina: las llamadas *F.A.Q.*, traducido al castellano como “preguntas frecuentes”, por ejemplo, nos ilustran de la siguiente manera: ¿A qué tengo derecho como poseedor y usuario de la entrada del festival? ¿Dónde y cómo comprar o canjear mi entrada? ¿Son nominativas? ¿Está permitido el pago con tarjeta y metálico? ¿Se pueden llevar mascotas? ¿Se puede entrar comida? ¿Los espacios son adaptados para personas de movilidad reducida? ¿Existe algún tipo de descuento para estudiantes, personas demandantes de empleo o colectivos en riesgo de exclusión social? ¿Hay taquillas y guardarropa? ¿Se puede entrar y salir del recinto? ¿Hay servicio de comida y bebida en el recinto? ¿Hay información y ayuda en caso de acoso o violencia de género, o en caso de emergencia sanitaria? ¿Cómo llegar al o a los espacios donde se celebra el festival? ¿Pueden entrar menores?

En términos de fundamentación teórica y justificación analítica, este capítulo recoge el estudio de la dimensión situada de los EMDAF desde el enfoque tradicional del concepto de *festivalscape*, es decir, el ambiente, la atmósfera y la dimensión espacio-temporal, performativa, presencial y física, en la que se desarrolla en el evento principal —de corta duración— de un determinado festival (ver Chen et al., 2019; Lee et al., 2008; Mason & Paggiaro, 2012). En la primera sección caracterizo, describo y analizo cómo son los tipos de formatos y espacios que encontramos en los EMDAF. En la segunda sección abordo los tipos de contenido, analizando las propias estéticas y en las propuestas artísticas. En la tercera sección pondré la atención en el público, en los tipos de experiencias, hábitos relacionales y de consumo que encontramos en este tipo de festivales. Al final del capítulo abordo otros puntos clave del evento como los tipos de servicios, la importancia del personal, la gestión logística, residuos, movilidad, etc.

En términos de material empírico, durante este capítulo me centro principalmente en los tres casos de estudio, para elaborar una perspectiva combinada y comparada (Stake, 2005; 2010) concluyendo los puntos en común y diferencias entre los tres, analizando así el carácter, identidad y funcionamiento de los EMDAF del sur de Europa en relación

a los *festivalscape* que ponen en práctica a partir de sus eventos-vitrina (Reyes-Criado, 2023).

4.1. Tipos de formatos y espacios

Generalmente, la mayoría de eventos-vitrina de los festivales de música electrónica y artes digitales se caracterizan por ser urbanos y ser de formato multi-situado, desarrollándose en varias localizaciones y espacios de la ciudad, a menudo relativamente cerca entre sí. Sin embargo, muchos festivales, como el MIRA de Barcelona, optan por un formato de tipo recinto desde donde se desarrollan la gran mayoría de actividades, de forma concentrada, en un macro-espacio que contiene a su vez múltiples salas o espacios para los contenidos y servicios del evento. Estas dos modalidades —los formatos concentrados en único recinto y los formatos difusos, multi-situados y expandidos por la ciudad en múltiples salas y edificios— son las dos tipologías principales de formatos que solemos encontrar en la escena de EMDAF europea.

También es común que muchos EMDAF programen actividades en espacios no convencionales o emblemáticos de la ciudad —tanto conciertos y performances, como charlas y talleres—, como por ejemplo en iglesias, antiguos complejos fabriles, naves industriales o aulas magnas de universidades, que a menudo sirven como acto de inauguración y/o que sean actividades gratuitas.

Yo creo que es un valor añadido importante para ROBOT porque ofrece a la ciudad y a su público conocer espacios, edificios a veces históricos, que posiblemente de ninguna otra manera conocería, o al menos, no para disfrutar de contenidos culturales, mucho menos de artes digitales y música electrónica experimental.

(I. ROBOT.V.1)

Otra característica importante respecto a los espacios tiene que ver con los horarios y con los tipos de contenidos ofrecidos. La mayoría de EMDAF, ofrecen una programación

nocturna con música electrónica de baile como protagonista que a menudo avanza hasta las cuatro o cinco de la madrugada. Estos horarios, junto al número de público asistente —que a menudo supera las 2000 o 3000 personas por jornada para la mayoría de EMDAF europeos—, exigen espacios acordes y preparados para dichos usos, como espacios feriales, pabellones o grandes espacios escénicos o para conciertos, clubes de grandes dimensiones, etc. A menudo, algunos de estos espacios, sobre todo aquellos que programan contenidos hasta altas horas de la madrugada, quedan situados en zonas más periféricas, emplazados fuera de los centros urbanos y zonas residenciales de las ciudades.

Tal y como hemos revisado anteriormente, el término *festivalscape*, o sus análogos *servicescape* o *eventscape*, ha sido conceptualmente configurado a partir de una dimensión física y espacial principal, a partir del conjunto de estímulos y factores que dan forma al ambiente y atmósfera que el público percibe cuando “llega” y “entra” al evento de un festival (Chen et al., 2019; Lee et al., 2008; Mason & Paggiaro, 2012). Por lo tanto, parece fundamental estudiar y analizar en profundidad cómo son los espacios de los EMDAF analizados, cómo funcionan, y qué funciones desarrollan, en función del tipo de servicio que ofrecen, o el tipo de contenido, o los horarios de funcionamiento. En esta línea, a continuación, voy a caracterizar, describir y analizar cómo son, cómo funcionan y de qué manera dialogan los tipos de espacios con las formas en las que el público perciben y disfruta del evento, a través de los tres casos de estudio, de una perspectiva combinada y comparada.

4.1.1. Los tipos de espacios en el festival Semibreve.

En el festival Semibreve de Braga encontramos los dos espacios principales del festival situados en pleno centro de la ciudad y separados por poco más de 500 metros de distancia, donde se desarrollan la mayoría de conciertos, performances y shows musicales y/o audiovisuales: Teatro Circo y gnration. El primero, el Teatro Circo, es el principal espacio escénico de la ciudad y cuenta actualmente con más de un siglo de historia y actividad. Tras un proceso de profunda restauración y modernización que comienza en 1999, el teatro abre sus puertas en 2006 con un espacio escénico a la italiana con más de 800 butacas —incluyendo los palcos y gallineros— y una sala

auxiliar del tipo caja negra y ausente de decoración, dotada con 236 asientos. El segundo, gnration, es el principal centro de arte y cultura contemporánea de la ciudad de Braga, activo a partir de 2012, resultado de la Capital Europea de la Juventud de Braga. El centro cuenta con múltiples espacios, oficinas, zonas de trabajo y coworking, un patio y zonas abiertas, así como una sala dotada técnicamente para espectáculos, performances, shows audiovisuales y conciertos. Ambos espacios, de titularidad municipal, forman parte de Semibreve como espacios principales desde las primeras ediciones del festival y albergan las principales actividades —conciertos, performances y espectáculos audiovisuales y djsets—, aglutinando casi el 80% de actividades celebradas a lo largo de la programación de todo el festival.

Además de estos dos espacios, Semibreve también suele contar con al menos dos actividades en espacios no convencionales —a priori no predispuestos a la producción cultural ni dotados técnicamente para la celebración de conciertos o shows audiovisuales—, normalmente más deslocalizados y fuera del centro de la ciudad. En los últimos años, por ejemplo, la organización ha inaugurado el evento-vitrina el jueves por la tarde con una actuación musical —sin visuales— en la Basílica del Santuario do Bom Jesus do Monte, un importante punto de devoción situado a unos 6km del centro de la ciudad de Braga. Otros espacios habituales en los que la organización ha programado actividades, sobre todo charlas, conferencias, instalaciones y talleres, son el Monasterio de Tibaes, el Museo Nogueira da Silva, el Auditório Sao Frutuoso, el Conservatório de Música Calouste Gulbenkian o la Capilla Inmaculada do Seminário Menor.

Es decir, en términos cuantitativos, el festival Semibreve de Braga suele vertebrar en torno al 80% de su contenido en torno a los espacios principales —Theatro Circo y centro gnration— y repartir, de forma muy expandida y descentralizada, el resto de contenidos, con particular interés en el uso de espacios no convencionales y singulares, de particular belleza o interés cultural y arquitectónico, o incluso, espacios declarados como bien Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO —como el caso del Santuario de Bom Jesus do Monte.

Nos gusta que el ritmo sea lento y la gente pueda disfrutar también de la ciudad, del patrimonio, de su arquitectura y su gente. No hay seis o siete escenarios como en otros grandes festivales, normalmente tampoco hay muchas cosas que sucedan a la vez, de forma simultánea. Ni tampoco pasa todo en un mismo recinto. [...] Quitando el Bom Jesus, puedes ir caminando a todos los espacios en 10 minutos. Lo principal pasa en Theatro Circo y gnration. Luego siempre tenemos un acto de inauguración o de cierre, o ambos, además de al menos una actuación gratuita en un espacio no convencional, que suele ser en una iglesia o en el aula magna de la Rectoría de la Universidad do Minho.

(I. SEMIBREVE.L.2)



Figura 5. Espacio principal del festival Semibreve. Interior del Theatro Circo de Braga. Foto de Semibreve Festival ©Adriano Ferreira Borges



Figura 6. Segundo espacio principal del festival Semibreve. Interior de la sala de conciertos del centro generation. Foto de Semibreve Festival ©Adriano Ferreira Borges

Tal y como subraya Luis Fernandes, director artístico del festival Semibreve —y también programador en Teatro Circo —en la sección de música contemporánea— y director artístico del centro generation—, el festival portugués supone una pequeña excepción en la escena de EMDAF sur-europea, por su ritmo lento y tamaño reducido. De hecho, en gran parte debido a ello, es uno de los pocos festivales que no cuenta con grandes infraestructuras en servicios de comida y bebida, ni amplias zonas de descanso o puntos violeta u otros servicios de prevención del daño, etc.

Sin embargo, hay que destacar, en el caso de Semibreve, lo cual puede ser aplicable a otros festivales, en qué manera el tipo de uso de los espacios y el reparto de la programación por diferentes áreas y edificios de la ciudad, sobre todo de gran interés histórico-artístico o espacios singulares no convencionales, puede ser fundamental para la identidad y autenticidad del festival:

Somos diferentes por cómo ocupamos la ciudad, por la forma en que nos relacionamos y tratamos a los artistas, no solo por lo que programamos sino cómo lo programamos. Es decir, ese diálogo entre programación, patrimonio y ciudad, es nuestro punto fuerte. [...] El otro punto fuerte es nuestra dimensión, pequeña, en términos de escala y espacios, y en términos de público, Semibreve es un festival muy agradable. Puedes pasear y disfrutar de la ciudad. Otros festivales presentan 30 conciertos en un día. No da tiempo a hablar con la gente ni a absorber las cosas. Nosotros somos un festival lento en el buen sentido, con 6 actividades al día. Pocos contenidos, pero fuertes y cuidados.

(I. SEMIBREVE.L.1)

Semibreve funciona en Braga solamente. Desde el comienzo, la distribución de los espacios, lugares de patrimonio, bonitos también, con una presencia arquitectónica importante... todo esto fue algo claro desde el principio.

(I. SEMIBREVE.L.R.1)

Por lo tanto, la organización de Semibreve vertebra la programación y los contenidos del evento-vitrina de forma ramificada y equilibrada en múltiples espacios de la ciudad —a pesar de contar con dos espacios principales como Theatro Circo y gnration. En este sentido, podemos entender que el evento-vitrina de Semibreve es de formato multi-situado, difuso y expandido en la ciudad, que no busca generar una experiencia particularmente inmersiva en torno a un solo espacio o recinto donde se desarrollan las actividades, si no al revés, repartir la atención y experiencia del público en el festival en relación a múltiples espacios y edificios de singular interés, repartidos por diferentes puntos de la ciudad.

Por último, cabe reseñar la importancia que la selección y distribución de espacios tiene en el festival portugués, como un elemento clave en la configuración del *festivalscape* y uno de los principales ingredientes en la justificación de la autenticidad e identidad única del festival.

4.1.2. Los tipos de espacios en el festival MIRA.

El festival MIRA de Barcelona es un caso particularmente interesante debido a que, a partir de 2021, pasó de celebrarse en un espacio relativamente periférico con respecto al centro de la ciudad —la fábrica de creación y cultura contemporánea Fabra i Coats en el barrio de Sant Andreu— a celebrarse en el recinto de congresos más importante de España —la Fira de Barcelona de Montjuic. Sin embargo, a pesar de este cambio de emplazamiento relevante, desde su comienzo, a diferencia del festival portugués, ha mantenido un formato estratégico concentrado a partir de un macro-espacio de tipo recinto. Es decir, un formato en el que hay un gran espacio principal —Fabra i Coats hasta 2021 y actualmente la Fira de Montjuic— que funciona como recinto cardinal del evento donde el público puede disfrutar de todas —o la gran mayoría— las actividades programadas de forma concentrada en un mismo lugar —a su vez con múltiples salas y espacios dedicados.

Por otro lado, de forma similar a los festivales Semibreve y ROBOT y la gran mayoría de EMDAF europeos estudiados, es frecuente que el festival catalán programe una o varias actividades en otros espacios dispersos por la ciudad. Actualmente, uno de estos espacios es el Centre d'Arts Digitals IDEAL de Barcelona donde desde 2019, el festival MIRA, además de durante el evento-vitrina celebrado en noviembre, programa, comisaría y produce durante todo el año piezas audiovisuales o de realidad aumentada. Otros espacios que han formado parte del festival catalán han sido el Teatro Lliure de Gracia o L'Auditori u otras instituciones culturales de la ciudad como Ars Santa Monica o el CCCB, la *showroom* dedicada al diseño de iluminación Simon100, y la Sala Razzmatazz para la programación nocturna, si bien en la actualidad

Lo hemos dejado de hacer, bueno, solo colaboraciones pequeñas. Los ritmos de estos centros son otros, son eso, instituciones. Cuesta organizar mucho, nosotros no dejamos de ser un festival conocido y tal, pero bueno, seguimos siendo independientes, experimentales [entre comillas]. El ritmo de trabajo es diferente, con ellos todo es muy lento y suelen ser poco permeables. [...] Lo hemos intentado mucho pero al final te desgastas, y más nosotros, en general, estos festivales somos siempre tres o cuatro personas para gestionar todo, al menos hasta que llega la semana gorda del evento. [...] La línea que estamos siguiendo es además colaborar

y trabajar con instituciones pero durante el resto del año. Pero para el evento, focalizarnos en un gran espacio donde quepa todo lo programamos bien y ya está.

(I. MIRA.O.1)

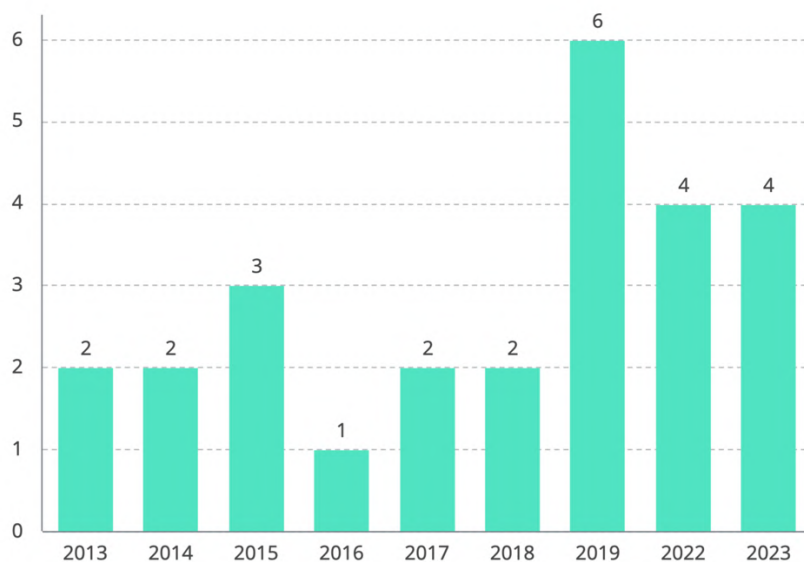


Figura 7. Evolución del número de espacios utilizados por el Festival MIRA entre 2015 y 2019. Elaboración propia. Fuente: <https://mirafestival.com>

Desde su nacimiento en 2011 y hasta 2021, el festival MIRA de Barcelona ha contado con Fabra i Coats como espacio principal para conciertos y performances, instalaciones artísticas, proyecciones audiovisuales e incluso charlas y talleres (Reyes-Criado, 2020). Fabra i Coats, que fue hasta primeros de los años 2000 un importante complejo fabril dedicado al textil, se inauguró en 2012 como espacio de creación con 12000m² distribuidos en 4 plantas y varias naves dedicadas a la producción cultural y la creación artística. El centro es de propiedad y gestión municipal desde 2005 y funciona como fábrica de creación y producción cultural desde 2012.



Figura 8. Vista exterior con zona de servicios de Fabra i Coats durante MIRA Festival en su edición 2018. Foto de MIRA Festival, ©Alba Rupérez y Xarlene Visuals.

Trabajamos con dos espacios musicales principales, uno más enfocado a la contemplación, que suelen ser conciertos, lives, ambient y demás pero a menudo acompañado de visuales, que es la sala donde montamos todas las pantallas. Y luego otra sala, a menudo sin visuales, más enfocada al baile, aunque tampoco ritmos 4x4, sino más baile abstracto. [...] Y el otro punto fundamental es la generación de circuitos de experiencia, y eso tiene que ver con el espacio donde estamos. [...] Hay que generar una experiencia. Ofrecer un circuito de conciertos pero rodeado de otras cosas, de instalaciones, de proyecciones, frikadas, y también espacios de descanso. La gente necesita hangear con sus colegas, te sales, te fumas un cigarro, te comes una hamburguesa, yo que sé. Luego recorres la fàbra, ves los screenings. [...] Estamos acostumbrados a grandes festivales que a menudo al final pasas más tiempo andando de un sitio a otro que viendo cosas. Nosotros queremos que todo esté cerquita, en el mismo recinto, y que cuando vayas de un show a otro, pasen cosas entre medias, ahí es donde generas un circuito de experiencia, inmersivo.

(I. MIRA.O.1)

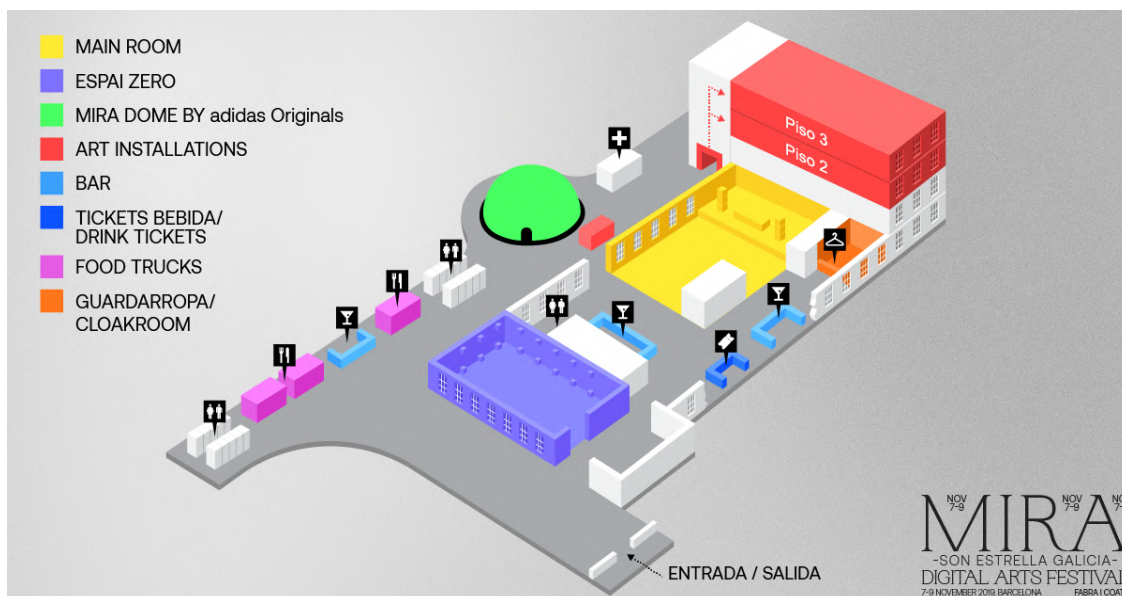


Figura 9. Mapa del festival MIRA en Fabra i Coats durante su edición 2019. Imagen cedida por MIRA Festival.

Tal y como señala Oriol Pastor, director y fundador del festival catalán, el tipo de espacio donde se desarrolla el evento-vitrina del festival es fundamental para su éxito y cumple un papel clave en la conexión con su público, en la originalidad e identidad del propio festival. En el caso del MIRA, contar con un espacio tipo recinto que permita desarrollar las actividades principales unas al lado de otras, que ofrezca además la posibilidad de circular libremente por los espacios y cuente zonas abiertas tipo terraza para que el público pueda interactuar parece una condición *sine qua non*.

Una característica del festival MIRA, a diferencia del festival portugués Semibreve y el italiano ROBOT, es precisamente el protagonismo de los espacios al aire libre, sobre todo dedicados a servicios de restauración, puntos de comida y bebida y zonas de descanso y socialización para el público:

Son muy importantes porque la gente no solo viene aquí a ver a un artista determinado como cuando va a una sala de conciertos. Un festival ofrece una experiencia más inmersiva y completa, y que haya una zona chula y confortable para comer y descansar con tus colegas es fundamental. Además, eso genera interacción, corrillos de gente conociéndose, hablando las movidas que han visto, de tal o cual artista. Por eso nos gusta que el domo vaya fuera, porque ayuda a generar un espacio entre medias muy interesante. [...] Te das cuenta de lo

importante que es cuando ves que está lleno durante toda la noche. [...] El festival sería otro si no contara con estos espacios.

(I. MIRA.O.1)

Por lo tanto, examinando los tipos de espacios donde se desarrolla el festival y los tipos de usos y experiencias que se ofrecen en cada uno de ellos, podemos concluir que el festival MIRA de Barcelona, a diferencia de otros festivales como Semibreve —expandidos, multi-situados y repartidos por la ciudad—, basan el formato del evento-vitrina a partir de un espacio tipo recinto.



Figura 10. Espacio exterior del festival MIRA de Barcelona, el viernes a las 16.00h, en la edición de 2022. Fotografía del autor.



Figura 11. Espacio exterior del festival MIRA de Barcelona, el viernes a las 01:40h, en la edición de 2022. Fotografía del autor.

El formato de tipo recinto es una característica clave en el festival MIRA, pero también frecuente en otros festivales de gran relevancia internacional como Sónar, que también se separa claramente del formato difuso, expandido y multisituado de otros festivales, como por ejemplo Semibreve o incluso ROBOT, donde generar un movimiento del público del festival en torno a la ciudad y al patrimonio es un aspecto clave en la estrategia identitaria de dichos festivales.

Por otro lado, examinando los usos y las experiencias ofrecidas según los espacios, hay que señalar que en eventos-vitrina de tipo de recinto como el festival MIRA de Barcelona, el público puede pasar una media de entre seis y ocho horas en el recinto⁹ —esto es válido tanto para las ediciones hasta 2021 en Fabra i Coats como en las dos últimas ediciones celebradas en la Fira Barcelona de Montjuic. Sin embargo, en festivales más expandidos y multi-situados, como por ejemplo Semibreve, lo normal es que no haya

⁹ De hecho, el festival MIRA de Barcelona ha señalado durante las ediciones de 2022 y 2023 precisamente la experiencia de larga duración propuesta en el evento, ofreciendo dos jornadas con más de 12 horas seguidas de actividades y programación continuada.

más de dos o tres conciertos o performances audiovisuales seguidas en un mismo espacio. Esto quiere decir que el público, en festivales como Semibreve, pasa una media de en torno a tres o cuatro horas en los espacios principales del festival —Theatro Circo y gnration—, o incluso menos de horas para las actuaciones, performances, instalaciones en espacios no principales —como por ejemplo en el Santuario Bom Jesus —actuación inaugural—, en Capilla Inmaculada do Seminário Menor —actuación de sábado por la tarde—, o en el Museo Nogueira da Silva —charlas y conferencias durante el sábado por la tarde.

De esta manera, comparando festival de diferente formato como el festival catalán MIRA y el portugués Semibreve, es evidente que tiene para el primero la calidad y variedad de servicios ofrecidos en los espacios exteriores más dedicados al intercambio y sociabilización entre los públicos, restauración y hostelería, ya que “el público tiene que sentirse a gusto aquí, hay mucha gente que pasa aquí más de diez horas, y cuando alguien confía en ti como organización para gastar su tiempo en el fin de semana pues tiene que haber un buen trabajo en tema de servicios, espacios de descanso y eso, y que además inviten a disfrutar de ellos y estar a gusto con tus colegas”. (I. MIRA.O.1).

4.1.2. Los tipos de espacios en el festival ROBOT

El festival ROBOT, que se celebra en Bologna en el mes de octubre, supone justamente un punto intermedio entre Semibreve y MIRA a nivel de uso de espacios y formato. Aunque el festival tiene también, de forma similar al festival catalán MIRA, un espacio de tipo recinto como núcleo cardinal del festival —donde se ofrecen hasta 8 horas de programación el viernes y otras casi 12 horas el sábado—, ROBOT, sobre todo en las últimas dos ediciones, ha vertebrado una buena parte de su programación en otros espacios repartidos por la ciudad. Por ejemplo, en 2022, casi un 40% de las actividades se celebraron en espacios diferentes al considerado el espacio principal del evento: DumBO (Distrito Urbano Multifuncional de Bolonia), un espacio de regeneración urbana donde trabajan profesionales del sector creativo, asociaciones, movimientos y colectivos de participación ciudadana, además de un gran espacio para eventos de pequeño y gran formato, con casi 40 000 m2 repartidos entre espacios al aire libre, naves industriales, oficinas de tipo taller y espacios de *coworking*.

Actualmente el festival ROBOT trabaja en estrecha cercanía y colaboración a un espacio clave para la producción cultural, la cultura comunitaria, la regeneración urbana y los eventos en la ciudad de Bologna —DumBO. En este espacio, además de múltiples eventos de todo tipo y temáticas —moda, cómic, gastronomía, literatura—, la organización del festival ROBOT —la asociación cultural Shape—, organiza, además del evento-vitrina celebrado en el mes de octubre, otros eventos de menor repercusión con contenidos de música electrónica y artes digitales durante el resto del año¹⁰. Además de las actividades del festival ROBOT —tanto el evento-vitrina como el resto de producciones realizadas a lo largo del año—, en DumBO también se realizan todo tipo de actividades culturales y eventos de diversa índole —cine y animación, moda, cómics e ilustración, gastronomía, reciclaje— además de una rica programación de eventos al aire libre durante los meses primaverales y estivos, sobre todo musicales¹¹. Además, el espacio funciona como nodo del tejido cultural y creativo de la ciudad ya que alberga, además de un bar Bistrot abierto regularmente con programación cultural permanente, dos espacios de trabajo para profesionales del sector creativo y artístico: Blocco19 y Officina: «un espacio comunitario, una sala de estudio, un bistró y un espacio de coworking». El primero cuenta con tres plantas y alberga las oficinas de trabajo de empresas, asociaciones y colectivos, con un total de 600m². La Officina se trata de un edificio de dos plantas, con casi 1000m² en total, dotados de más de veinte despachos y oficinas para creativos y profesionales del sector, además de una zona expositiva de casi 300m², una sala para reuniones y talleres y un área de estudio o coworking.

En concreto, dumBO cuenta con dos grandes naves principales: Binario Centrale y Spazio Bianco, ambas de más de 1500m², la primera dotada de equipamiento técnico para conciertos y espectáculos audiovisuales y la segunda más enfocada a exposiciones y ferias. Además, cuenta con un gran espacio al aire libre tipo terraza y apto para pequeños conciertos y eventos menos multitudinarios, con casi 1200m², la llamada Baia. El resto de espacios disponibles no son utilizados por el festival ROBOT porque están

10 ROBOT organiza y produce estas actividades, llamadas “ROBOT Night” o “ROBOT Presents”, que consisten básicamente en una programación reducida —de una tarde-noche— de artistas internacionales de música electrónica, con una frecuencia más o menos mensual.

11 La agenda y programación de dumBO se puede consultar en su página oficial (<https://dumbospace.it/eventi/>).

destinados a otro tipo de usos —almacenes— o bien son menos atractivos desde el punto de vista de la dotación técnica y espacial.

Exceptuando algunas charlas y conferencias de corta duración de aforo reducido celebradas en la Officina—normalmente en torno a 50 o 60 personas de público—, toda la programación de ROBOT Festival en el espacio dumBO se vertebra entre el Binario Centrale y la Baia. En el primer espacio, con aforo para más de 1500 personas, se desarrollan los conciertos, djsets y shows audiovisuales principales, en horario exclusivamente nocturno —normalmente de diez de la noche a cinco de la madrugada. En Baia, con aforo para casi 1000 personas, se realizan conciertos y djsets de formato un poco más reducido, además de una programación diurna que comienza el sábado a medio día con proyecciones de películas, charlas y pequeños conciertos o djsets. Este último espacio, además, es uno de los puntos de hostelería y restauración del festival, ofreciendo espacio con abundantes asientos y mesas para comer, en casi la mitad de la superficie del espacio Baia.

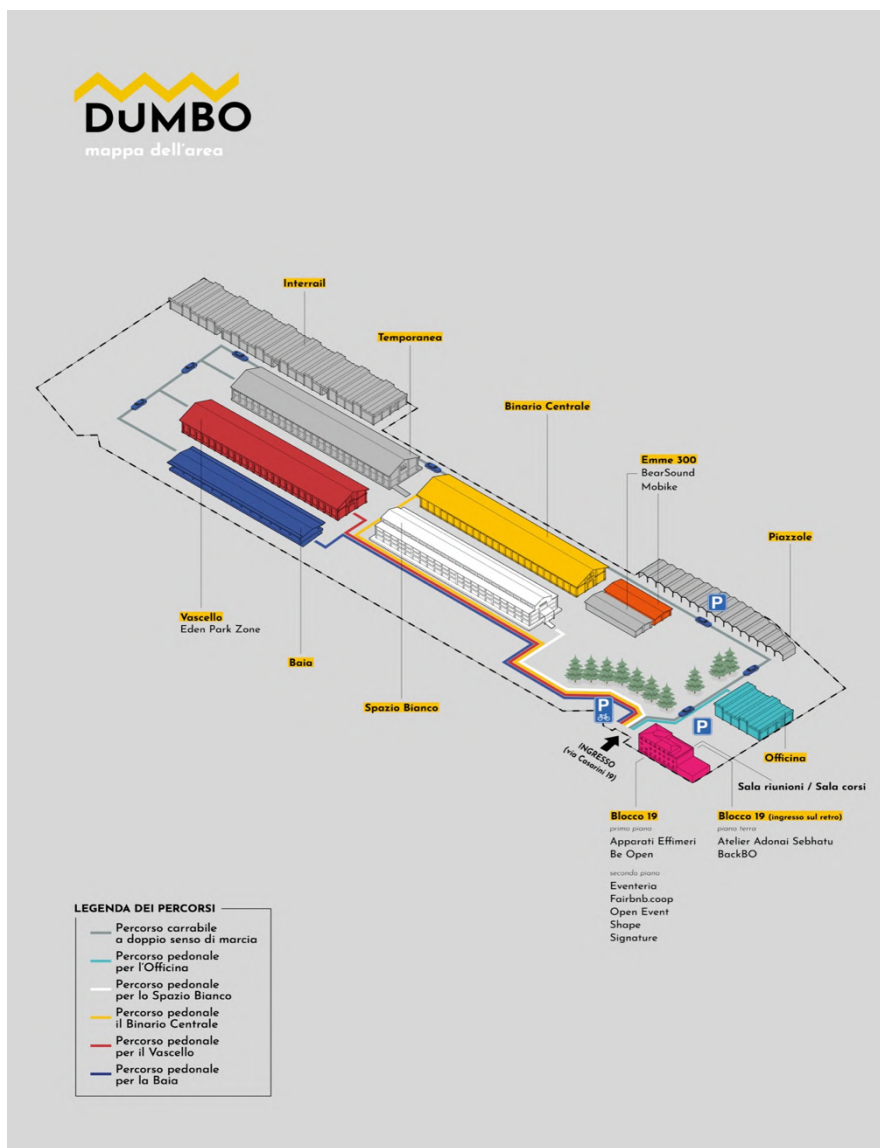


Figura 12. Mapa general de DumBO. Fuente: <https://dumbospace.it/gli-spazi/>

Analizando el resto de espacios que forman parte del evento-vitrina de ROBOT Festival, el otro espacio fundamental de ROBOT es el Palazzo Re Enzo, un palacio medieval construido en el s. XII en pleno centro histórico de la ciudad —Piazza del Nettuno— que, actualmente, acoge todas las actividades del jueves por la tarde y noche con un total de 6 conciertos y shows audiovisuales con un total de 8 horas de programación —de siete de la tarde a tres de la madrugada—, y un aforo para 1200 personas. Si bien en los últimos años ROBOT ha distribuido la programación a través de múltiples espacios y edificios singulares de la ciudad, restando protagonismo a rol central de Palazzo Re Enzo, este edificio icónico de gran interés histórico-artístico en la ciudad de Bologna, ha significado una de las señas de identidad del festival durante casi una década:

Robot siempre ha sido un festival reconocido por su forma de intervenir con los espacios, y sobre todo con Palazzo Re Enzo. No conozco ningún otro festival donde más de 1000 personas bailen electrónica experimental en una sala histórica del s.XVI en un palacio medieval. [...] Aunque a veces el espacio se quedaba pequeño, o no lo era lo más recomendado en términos de acústica y sonido, Robot fue ese festival único de Bologna donde había electrónica en un palacio histórico. Mucha gente lo conoció por eso y aunque ha ido creciendo y cambiando con el tiempo, están hoy aquí y son público fiel de Robot gracias al ambiente único que se creaba entonces.

(I. ROBOT.V.1)

Sobre todo, en las últimas ediciones a partir de 2021, el festival italiano está adoptando cada vez más un formato expandido y multi-situado en la ciudad, aprovechando otros espacios no convencionales, en su mayoría singulares o de gran interés histórico-artístico, como por ejemplo la Accademia di Belle Arti di Bologna, el Oratorio San Filippo Neri, el Teatro San Leonardo —situado en un complejo monástico en el centro histórico de Bologna, o el club TPO.

Uno de los puntos fuertes de ROBOT es que hemos sido siempre un festival difuso y expandido, con la idea de usar el máximo número de espacios disponibles de la ciudad. Y claro, tener también Palazzo Re Enzo como lugar principal del festival, sobre todo de día, ha permitido también dialogar y acoger parte del flujo turístico de la ciudad. Entonces poder moverse y pasear por Bologna pero también junto al festival, tener a mano locales típicos, el restaurante y el bar típico de la ciudad, es algo que ha sido un componente importante también. [...] Hemos atravesado evidentemente muchas etapas, pero manteniendo, al menos en la primera mitad del festival, el Palazzo Re Enzo como punto central y núcleo de ROBOT, el Teatro Comunale para el concierto inaugural y clubes repartidos por la ciudad para acoger la programación de noche. [...] De la 9ª [edición] en adelante, hasta la próxima que hacemos este próximo año que ha sido las 13ª, hemos hecho varios cambios de locations, y ahora poco a poco estamos yendo hacia una dimensión en la que el festival está cada vez más difuso y repartido en la ciudad. [...] Ya no tenemos ese centro principal y núcleo que era el Re Enzo... ahora la idea es aprovechar otro tipo de espacios también, este año por ejemplo una Iglesia exconagrada que tiene

también un oratorio, de volver a los clubs y locales de la ciudad, y también dumBO, que está pasando a ser quizá el espacio principal actualmente.

(I. ROBOT.F.G.M.1)

El aprovechamiento de clubs de música en directo y electrónica, con programación musical estable a lo largo del año, para programar contenidos de música electrónica de baile —normalmente con contenidos menos experimentales y sin proyecciones visuales— es de hecho una característica común de muchos festivales de música electrónica y artes digitales europeos: por ejemplo, uno de los casos de estudio, el festival MIRA de Barcelona, también acostumbraba a cerrar la programación nocturna del evento-vitrina del festival en la Sala Razzmatazz de Barcelona.

Es interesante porque también hay una parte del público que no viene a descubrir contenidos avanzados, sino solo a bailar. Pero, por otro lado, viene a ROBOT porque ofrecemos unas propuestas de electrónica de baile diferente al resto de fin de semanas del año, un poco más rebuscadas.

(I. ROBOT.F.G.M.1)

Por lo tanto, tras analizar los diferentes tipos de espacios, sus usos y cómo la organización de ROBOT Festival articula la programación en los diferentes espacios usados, podemos concluir que el festival italiano desarrolla su evento-vitrina de forma híbrida, con un formato expandido y multi-situado, si bien, con el protagonismo de un gran espacio principal de referencia —en la primera mitad de la vida del festival fue el Palazzo Re Enzo y actualmente, el espacio DumBO. Aunque en la primera mitad de la historia del festival, el evento-vitrina gozaba de un espacio céntrico rodeado de servicios y negocios de todo tipo —el Palazzo Re Enzo, en pleno centro histórico de la ciudad—, actualmente, de forma similar al festival MIRA de Barcelona, se encuentra en una zona algo más periférica —pero bien comunicada con transporte público—, en un macroespacio de tipo recinto que aglutina a su vez varios espacios donde se desarrolla la programación.

En resumen, tras analizar los tres casos de estudio, podemos identificar dos formatos principales: por un lado, el formato multi-situado y expandido por la ciudad —como por ejemplo el festival Semibreve de Braga—; por otro lado, el formato concentrado de tipo recinto —como el festival MIRA de Barcelona. Sin embargo, hemos podido comprobar como estas clasificaciones deben comprenderse de forma flexible, ya que, por ejemplo, el festival ROBOT de Bologna, funciona con un formato mixto, desarrollándose en múltiples espacios de la ciudad, pero manteniendo un espacio de referencia principal. De forma similar, también se ha comprobado como a pesar de tener estrategias de formato más marcadas y definidas, tanto el festival Semibreve como el festival MIRA, complementan e integran otros espacios en el desarrollo de sus eventos-vitrina, no siendo netos en el tipo de formato. Por lo tanto, esto nos lleva caracterizar los eventos-vitrina de los EMDAF, en términos de formato y espacios, tal y como sigue: eventos multi-situados, de carácter urbano, desarrollados habitualmente en espacios singulares o no convencionales, junto a un espacio o recinto principal, normalmente, contenedor de varias salas y espacios para albergar diferentes actuaciones y actividades de la programación.

A continuación, sigo analizando los *festivalscapes* de los EMDAF estudiados, ahora a partir del análisis de contenidos y su programación, desde una perspectiva más estética que se fundamenta por un lado en los estudios sobre música popular en torno a la cultura de los festivales de la música electrónica (Blánquez & León, 2002; Reynolds, 1998, 2019; St. John, 2017); y por otro lado, en torno a las estéticas emergentes en los campos de la creatividad y arte digital (ver Paul, 2016).

4.2. Programación y tipos de contenido

En términos generales, los EMDAF, como su nombre indica —festivales de música electrónica y artes digitales—, son organizaciones dedicadas a la producción, difusión, exposición e investigación de la práctica artística en materia de música electrónica y artes digitales. Es decir, este tipo de festivales se definen en buena parte a partir del tipo de contenidos que programan y desarrollan públicamente durante la celebración de sus

eventos-vitrina. En general, en la mayoría de EMDAF, los contenidos musicales destacan sobre el resto de actividades y disciplinas, que actúan a menudo —dependiendo del festival— a modo complementario. Es decir, si los festivales de artes digitales (DAF), en general, son aquellas organizaciones que se reconocen a sí mismas como festivales y que se caracterizan por activar debates y promover formas y prácticas artísticas basadas en formatos audiovisuales, música electrónica y prácticas e intercambios participativos en torno a la intersección ciencia, arte y tecnología; los EMDAF son aquellos festivales de artes digitales donde predominan los contenidos, prácticas y expresiones musicales por encima del resto de disciplinas —audiovisual, realidad aumentada, instalaciones artísticas, etc.—; poniendo el foco en la exhibición de la práctica artística, en lugar de otras estéticas y experiencias más basadas en el intercambio de pensamiento, investigación, debate o reflexión crítica. En otras palabras, los festivales de música electrónica y artes digitales (EMDAF), a diferencia con otros tipos de festivales de artes digitales, construyen su identidad a partir de un particular balance entre diferentes disciplinas, formatos y experiencias, priorizando las derivadas de la electrónica y la Electronic Dance Music Culture (EDMC) frente a otras prácticas más relacionadas y centradas en el ámbito del "arte digital" (véase Paul, 2016) y new media art (Quaranta, 2010).

En términos estéticos y estilísticos, los EMDAF se caracterizan por impulsar programaciones que hibridan las estéticas musicales más emergentes con figuras de la cultura de la música electrónica de baile consolidadas a nivel mundial. Sin embargo, cuando hablamos de "música electrónica experimental" o "nuevas estéticas de la música electrónica", ¿a qué nos referimos exactamente?

Cuando analizamos los programas de mano, las páginas webs o la comunicación digital que estos festivales ponen en práctica, o también indagando en las reseñas que medios especializados hacen sobre estos festivales, encontramos términos y etiquetamos estilísticas como las siguientes: "sound in a narrative way", "from ambient and electronic music to metal and drone", "conceptronica", "deconstructed club", "rootical techno", "jazz and dance music", "electronic experimentalism, r&b and club music", "punk and techno", "DIY noise, field recordings, experimental sound, with booty bounce and hip hop".

Simon Reynolds, en octubre de 2019, en una reseña en Pitchfork —uno de los medios especializados en el campo de la música contemporánea y electrónica más importante a nivel global—, categorizó el ecosistema de estéticas y estilos musicales más habituales en los EMDAF con el término de “conceptrónica”¹², equivalente a “música electrónica conceptual”. A continuación, cito los fragmentos más iluminadores de la reseña, traducidos por mi:

No sé exactamente cuándo me di cuenta por primera vez de que la inclinación conceptual de la música electrónica se había disparado. Pero en algún momento de la década de 2010 me pareció que empezó a llegar a mi bandeja de entrada un flujo constante de comunicados de prensa que se leían como el texto de la entrada de una exposición de un museo. También me di cuenta de que la forma en que me relacionaba con estos comunicados se asemejaba en realidad a una visita a un museo o una galería: a menudo escuchaba sólo una vez, mientras leía críticas y entrevistas con el artista que podían ser tan prohibitivamente teóricas como un ensayo vintage de Artforum. [...] La conceptrónica no es un género como tal, sino más bien un modo de funcionamiento artístico —y de recepción del público— que atraviesa el panorama las nuevas tendencias en la música, desde la abstracción digital de alta definición hasta estilos como el vaporwave y la hauntología.

La conceptrónica, asimismo, suele tener una relación de espejo deformado con los estilos de baile contemporáneos: de ahí el auge del término "club deconstruido". [...] Mientras que la IDM era una revisión continua sobre las tendencias rave y de club a medida que se desarrollaban en tiempo real, la conceptrónica también es capaz de saquear el archivo de la historia del dance.

La música electrónica conceptual sigue nutriéndose de la música de baile en su vertiente más mental y descerebrada: ritmos creados a propósito para bacanales con drogas y desenfreno nocturno. Pero, aunque utiliza las herramientas rítmicas de la música corporal, no pretende principalmente provocar una respuesta física. Es

12 El propio medio Pitchfork, publicó en Spotify una pequeña lista de reproducción con los tracks musicales citados y comentados por Simon Reynolds en su reseña *The Rise of Conceptronica: Why so much electronic music this decade felt like it belonged in a museum instead of a club*. La playlist se puede escuchar en el siguiente enlace: <https://open.spotify.com/playlist/75vQSqJAvJJZeQVJp81rfx?si=743e0f563726457d> (último acceso, 6 de mayo de 2024).

música para contemplar con los oídos, para reflexionar y pensar con ella. En ese sentido, está más cerca de una exposición artística de fotografías o vídeos tomados en un club de antaño que de la música de club propiamente dicha.

Los artistas de conceptrónica pueden presentar proyectos que se traducen sin problemas en propuestas y solicitudes de financiación. Lo cual es práctico, porque lo que sostiene a estos artistas no son los ingresos procedentes de la edición de discos, sino las actuaciones en un circuito internacional cada vez mayor de festivales de música experimental, junto con conciertos subvencionados en museos y universidades. [...] Fusionar sonido y visión, danza y concepto, en una obra de "arte total" es una vieja aspiración que se remonta a los happenings multimedia de los años 60, pasando por la idea de gesamtkunstwerk — "obra de arte total"—. [...] La rave adoptó las luces, los láseres y las proyecciones como una forma de realzar y amplificar la huida de la cultura a una evasión alucinatoria de la realidad. Pero en los años 90, los efectos visuales eran por lo general sólo un acompañamiento poco coordinado de lo que hacían los DJ o los artistas en directo. La música seguía siendo la atracción principal. Lo sorprendente de la cultura electrónica de baile en la década de 2010 es el giro audiovisual que se ha producido en todos los ámbitos. Mientras tanto, en el circuito de festivales experimentales, los visuales son más abstractos y abyectos: grotesquerie mutacional, formas que se disuelven. Esta contaminación cruzada entre las artes visuales y la electrónica experimental se ha convertido en una tendencia tan importante que PAN ha creado un sello, Entopia, dedicado a la música compuesta para el arte, el cine, el teatro, la danza y la moda. De hecho, se está produciendo una especie de carrera armamentística audiovisual dentro de lo que la escritora Geeta Dayal apoda con picardía "el complejo festivalero-industrial": los músicos compiten entre sí no sólo para cautivar al público, sino para hacerse un hueco en los carteles. Los festivales buscan cada vez más no sólo a alguien que pueda ofrecer un set de DJ apabullante o una actuación sónicamente asombrosa, sino estrenos en exclusiva mundial de un nuevo espectáculo que impacte con el equivalente vanguardista del razzle-dazzle.

"Europa está tan llena de estos festivales ahora, y es muy a menudo donde ocurre nuestra música", dice Haimala de Amnesia Scanner. "Los chicos no tienen necesariamente tanto dinero como para comprar entradas individuales para conciertos de nuestro tipo de artistas, pero sí invertirán en una entrada para un festival. Así que ahí empezó la competencia entre artistas: todos intentan hacer espectáculos más ambiciosos". Señala que muchos de estos festivales tienen

música por la noche y un elemento de conferencia por el día, con paneles y charlas. Este discurso alimenta a su vez la efervescencia teórica en torno a la conceptrónica.

Junto al conceptualismo y la audiovisualidad, ha habido un giro político en la música electrónica de los años 10: artistas que adoptan posturas sorprendentemente comprometidas, a menudo arraigadas en una identidad minoritaria basada en la raza, la sexualidad o el género. Esto contrasta con fases anteriores de la cultura de baile, en las que la política era más implícita.

Informada por la conciencia autorreflexiva de sus creadores y su formación en educación superior, la conceptrónica es mucho más clara y comprometida. Esta nueva politización refleja en parte la urgencia del presente.

Como una de las figuras de vanguardia del estilo, Chino Amobi habla de querer crear arte crítico pero combinarlo de algún modo con la comunión extática de la cultura de la danza. Es un difícil acto de equilibrio, y una noble ambición.

En resumen, podemos decir que, en términos generales, el universo sonoro que articulan la mayoría de los EMDAF versa en buena parte en torno a la categoría desarrollada por Reynolds: *conceptrónica*. Los estilos y el elenco artístico que engloba la categoría de *conceptrónica* también ha sido abordada por otros críticos y teóricos de la historia de la música electrónica desde los *Popular Music Studies* y los medios especializados bajo otras etiquetas: *net concrète* y *nueva academia* (ver Blánquez, 2018).

Sin embargo, también encontramos, dependiendo del caso, una presencia mayor de electrónica experimental y académica, o bien música electrónica de baile que sí solemos encontrar en algunos clubes de Europa:

Hay un equilibrio siempre. Nosotros por ejemplo nos gusta mucho programar cosas serias, un poco más de culto. [...] Digamos que un 30% de la programación está más pensada para bailar. El espacio invita más a ello y se parece más a un club. Aunque intentamos que no sea techno, sino cositas un poco más emergentes o que busquen un poco un tono más creativo o experimental.

(I.SE.L.R.1)

Pues más o menos mitad mitad. Hay un escenario sin visuales que está más enfocado al baile, aunque normalmente los dos primeros shows son un poquito más experimentales, a veces más tirando al *ambient* o *drone*, por ejemplo, o cosas menos bailables, sin beat. En el escenario de las visuales más o menos igual, los primeros shows son más contemplativos, que muchas veces la gente ve sentada o tumbada en el suelo. A mitad de la tarde, empezamos poco a poco a ir metiendo más ritmo y cositas más bailables. Lo que sí tenemos cuidado es de no meter cosas como muy techno o muy rave, porque el público se enrarece. Ya me entiendes.

(I.MI.O.1)

Pero no todos los contenidos versan sobre la práctica artística en los campos de la música electrónica y las audiovisuales. También es fundamental señalar una característica principal en la mayoría de EMDAF: el desarrollo de actividades de divulgación y/o formación, tales como charlas, mesas redondas, talleres o seminarios, sobre todo enfocados a la participación e intercambio en torno a la práctica artística.

Otro aspecto que analizaremos en esta sección versa sobre cómo dialogan los contenidos según los horarios en los que son programados: la mayoría de EMDAF cierran las noches de sus eventos programando contenidos y estéticas emergente o avanzadas en el campo de la música electrónica de baile actual, normalmente, hasta bien entrada la madrugada.

Otro punto que exploro y explico en esta sección trata en qué manera se reflejan y distribuyen los diferentes tipos de contenidos en relación al presupuesto del festival dedicado a programación. Este análisis, su vez, ofrecerá un marco interpretativo valioso para comprobar la precisión y exactitud de la definición y categorización propuesta sobre los EMDAF en la segunda fase de la investigación, sobre todo desde un punto de vista estructural y organizativo.

Por último, otro factor fundamental a analizar será el tipo de uso de diferentes etiquetas y categorías a la hora de presentar y comunicar la variada programación del evento-

vitrina. En este sentido, analizo en qué manera, los tres festivales estudiados, justifican su identidad a través de la categorización de contenidos a partir de ciertas etiquetas.

A continuación, analizo las dimensiones arriba explicadas a partir de los tres casos de estudio, desde una perspectiva combinada y comparada.

4.2.1. Programación y tipos de contenido en el festival Semibreve

El Festival Semibreve es quizá uno de los EMDAF más pequeños y sencillos de Europa. Con una clara estrategia que versa en favor de la calidad sobre la cantidad, el evento-vitrina del festival portugués se desarrolla a lo largo de cuatro días —de jueves a domingo— celebrando normalmente una media de entre 20 y 26 actividades, de las cuales en torno al 60% son contenidos musicales de tipo concierto, djset y/o performance —normalmente un par de ellas, también audiovisuales, con video-proyecciones.

Semibreve, si bien se autodefine, comunica y publicita como un “electronic music and digital art festival”, sus directores justifican la identidad del festival y lo definen tal y como sigue —comparando por ejemplo con la Bienal de arte y tecnología Index celebrada también en Braga desde el año 2020:

Somos un festival de música experimental. [...] Los contenidos son diferentes. Index es una bienal de arte y tecnología. Tiene un programa expositivo muy extenso y un programa de conferencias y charlas dedicadas a la divulgación e investigación en el campo. Los contenidos musicales son un complemento a una dimensión visual y de investigación más profunda y académica. En Semibreve es al revés. La expresión y la práctica artística en la música electrónica experimental es el foco, y el resto de cosas, las instalaciones artísticas, las conferencias, son el complemento.

(I.SE.Lu.1).

Sí, yo creo que una diferencia fundamental es que las bienales y simposios, como Index, o Ars Electronica, están más focalizados en la investigación y el intercambio desde un lugar más académico, de pensamiento, de reflexión, digamos. Los festivales como Semibreve o como Sónar, por poner un gran ejemplo, están más

focalizados en la práctica artística, en la exhibición de esas propuestas de los artistas, desde un lugar más participativo y práctico.

(I.SE.R.1).

En todos estos festivales las conferencias, los workshops, la parte expositiva, las instalaciones y todo eso, no son el centro del programa. Es importante también, pero se usa para enriquecer y complementar a los contenidos musicales. [...] Sin la música electrónica de baile, no existiría seguramente Sonar+D, a pesar de ser hoy por hoy uno de los encuentros profesionales y artísticos más importantes en el sector de la música y la creatividad digital en términos de innovación y tecnología aplicada al campo.

(I.SE.Mi.1).

Lo primero que hacemos es darle forma al programa musical. Después vienen las charlas, los workshops y la parte expositiva más artística. Pero la gente viene por los conciertos.

(I.SE.Lu.1).

Claramente, el festival Semibreve, si bien integra siempre en su programación, en todas sus ediciones otro tipo de actividades no musicales, bien en formato de charlas, o bien en formato taller, es un festival focalizado en la música que se complementa de otro tipo de actividades y disciplinas para enriquecer el formato desde una perspectiva más holística y completa. Vamos a comprobar cómo se ha distribuido el programa en las últimas ediciones.

En la edición de 2022, el Festival Semibreve programó un total de 26 actividades, de las cuales: 17 actos musicales —de los cuales solamente 2 con contenidos visuales—, 2 actividades de tipo taller participativo con artistas, 2 charlas o mesas redondas y 5 instalaciones artísticas, de las cuales una es la ganadora del Edigma Semibreve Award, premio impulsado gracias al patrocinador principal del festival portugués —Edigma. En 2023, de forma casi idéntica, la organización de Semibreve ha programado un total de 24 actividades, de las cuales: 16 actos musicales —de los cuales solamente 2 con

contenidos visuales—, 2 actividades de tipo taller participativo con artistas, 2 charlas o mesas redondas, y 5 instalaciones artísticas.

Como vemos en la tabla de abajo, en Semibreve, las actividades estrictamente musicales suponen el 55% de la programación, y más del 60% si contamos las dos actividades programadas con proyecciones visuales. Analizando a nivel cuantitativo el número de actividad según categoría o disciplina, podría parecer un festival bastante híbrido y equilibrado, donde otros contenidos y formatos además de los conciertos y *djsets* tienen una importancia casi equiparable. Sin embargo, si analizamos otros factores extraídos del trabajo de campo según los tipos de actividades de la programación como por ejemplo el volumen de asistencia a cada tipo de actividad y el reparto presupuestario, la percepción del festival Semibreve puede cambiar.

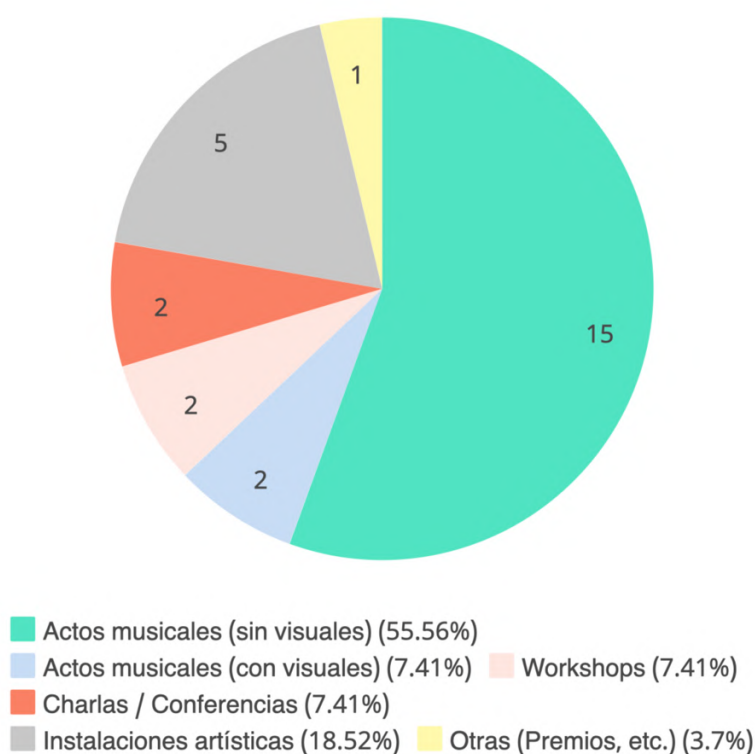


Figura 12. Actividades programadas en el festival Semibreve para la edición de 2022. Fuente: programa de mano físico de la edición 2022.

Partiendo de la base de que Semibreve, durante las cuatro últimas ediciones ha vendido el 100% de entradas disponibles, sabemos que a las actividades musicales programadas

en Teatro Circo asisten un total de casi 800 personas. Por otro lado, aunque el aforo de la sala de conciertos y espectáculos de gneration solo admite 500 personas de pie, hay que señalar que en torno a otras 300 personas se reparten por los espacios exteriores del edificio y en la zona de bar habilitada. De forma similar, el concierto inaugural en Bom Jesus cuenta con un aforo —a menudo también completo— de casi 350 personas, y la Capella de la Inmaculada —también completo— de casi 500 personas. Sin embargo, analicemos el aforo y la asistencia a las otras actividades:

Pues depende de la naturaleza del taller, aunque si es un taller con el artista, de hecho, hay que inscribirse previamente y a menudo es para 12 o 18 personas. El de Felicia de este año había como unas 20 personas por ejemplo. Otras veces, como el de gneration, pues es más bien como un lab, y participan entre 50 y 100 personas al día.

(I.SE.Lu.1).

Contando una media diaria de 50 personas para cada taller, una media de 50 personas para las charlas, 150 visitas diarias a las instalaciones artísticas, y otras 150 visitas al premio Semibreve Award, hay que concluir que ni siquiera la suma de todas actividades complementarias aglutina el total de personas que visitan una sola actividad musical en uno de los dos espacios principales —Teatro Circo o gneration. En proporción, las actividades musicales acumulan más del 80% de la atención de los asistentes cada día, con respecto a tan solo el 20% visitas repartidas entre charlas, talleres, instalaciones artísticas y otras actividades.

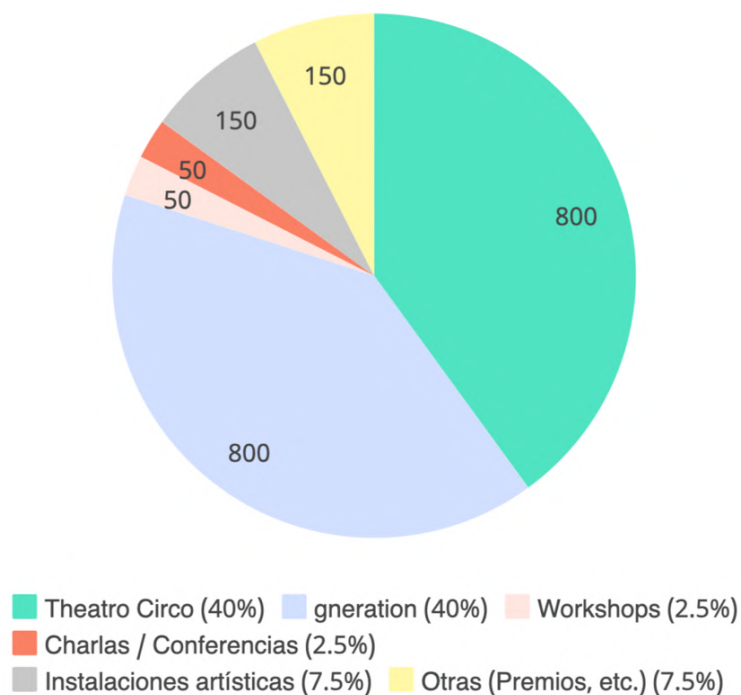


Figura 13. Asistencia media diaria según el tipo de actividad en el festival Semibreve para la edición de 2022. Elaboración propia. Fuente: Semibreve Festival.

Analizando los contenidos más específicamente, a nivel musical, la mayoría de las actuaciones programadas son sin acompañamientos visuales ni grandes diseños de iluminación. Normalmente, al menos el 60% de los espectáculos musicales son de corte más contemplativo y experimental, en espacios con asientos —o bien en el Theatro Circo, o bien en la Capella de la Inmacula, en el Bom Jesus o en el Auditorio Sao Frutuoso: en 2022, Semibreve contó con 9 actividades musicales celebradas en espacios no aptos al baile, por otras 6 actividades celebradas en espacios que funcionan como pista de baile o club. Por lo tanto, un 36% de la programación de Semibreve es musical, no dedicada al baile sino más bien a la contemplación y escucha, en espacios con asientos; un 24% de la programación, dedicada al baile y en horario de madrugada —de 00h a 4h de la madrugada, exclusivamente en el espacio gneration—; y un 40% de la programación, repartida entre otras disciplinas y prácticas artísticas, como por ejemplo, talleres, charlas y conferencias, exposiciones de instalaciones artísticas, o el propio premio Semibreve Edigma Award.

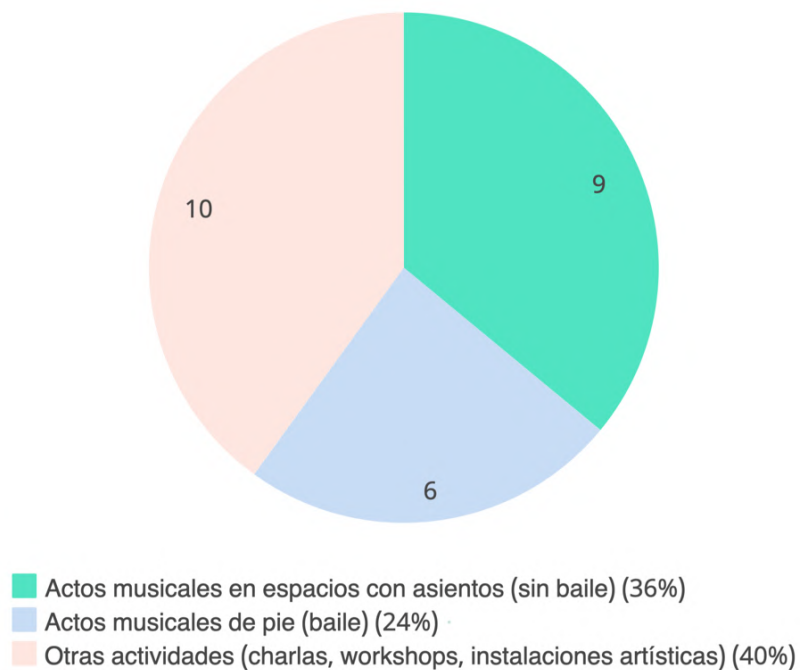


Figura 14. Distribución de contenidos según el formato y características espaciales en el festival Semibreve para la edición de 2022. Fuente: programa de mano físico.

Reflexionando sobre como el festival distribuye los contenidos según los espacios y los horarios, cabe mencionar que Semibreve suele programar un total de unas 15 horas de contenido musical en directo, en espacios no dedicados al baile; frente a unas 7 horas de contenido musical en el centro gnration, en horario de madrugada, dedicado al baile.

Por otro lado, analizando el diseño de presupuesto, llama mucho la atención en qué manera las actividades musicales aglutinan prácticamente el total del gasto acumulado:

Pues casi todo se lo lleva la música. Las instalaciones artísticas las paga Edigma, que son unos 3000 euros del premio más los costes de producción de la pieza. El resto de actividades, es prácticamente pagar los costes de desplazamiento, por participar en una mesa redonda pagamos 150 o 200 euros o así más los gastos. ¿Quizá otros 3000 euros? Fíjate, muy poco, siquiera un 3% del total del presupuesto.

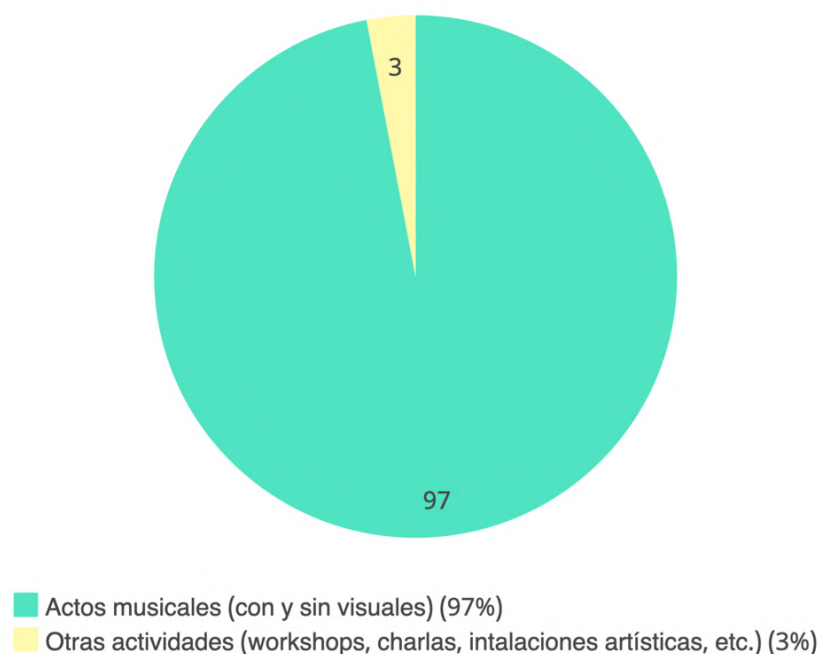


Figura 14. Reparto presupuestario según el tipo de actividad en el festival Semibreve para la edición de 2022. Fuente: programa de mano físico.

Poniendo en práctica una perspectiva analítica de base organizativa que nos permita profundizar en las estructuras financieras que sostienen la programación y los contenidos, sorprende notar la gran diferencia presupuestaria dedicada a las llamadas actividades complementarias —todo aquello que no son conciertos y shows audiovisuales, es decir, charlas, talleres, proyecciones o instalaciones artísticas.

Por último, abordando una mirada más estética sobre los tipos de contenidos programados, si analizamos el uso de etiquetas y categorías utilizadas por el festival portugués, de nuevo, Semibreve adopta una postura sencilla utilizando únicamente tres etiquetas: conciertos, charlas y talleres. Este uso se refleja también de forma clara en los programas de mano, tanto en formato físico como digital, así como en la página web y otros materiales publicitarios y comunicacionales, lo que permite visualizar de forma más o menos evidente el abanico de actividades según sus tipologías, disciplinas y espacios.

En conclusión, Semibreve es un festival focalizado en la música, principalmente electrónica, con un fuerte carácter experimental, explorador, crítico y serio. A diferencia con otros muchos EMDAF europeos, el festival portugués, solamente programa un 25% de sus contenidos pensando en la pista de baile. En este sentido, resulta llamativo que más de la mitad de la programación musical del festival esté pensada para disfrutar en espacios con asientos, preferentemente, no dedicados al baile. A pesar de que en número, examinando la suma total de actividades, aquellas que no son conciertos ni actuaciones musicales representan una proporción notable, en términos de cantidad de visitas por actividad, así como en el reparto presupuestario, la atención recae de forma radical sobre el contenido musical, tanto acompañado de proyecciones visuales como sin ellas, tanto en los dos espacios principales —Theatro Circo y gnration—, como en el resto de espacio repartidos por la ciudad —inauguración en Bom Jesus, Capella de la Inmaculada, Auditorio Sao Frutuoso.

4.2.2. Programación y tipos de contenido en el el festival MIRA de Barcelona.

El festival MIRA de Barcelona, tras las dos primeras ediciones, a partir de 2013 comienza a consolidarse como uno de los festivales de música electrónica y artes digitales más completos y avanzados de Europa, con una programación que ronda las 50 actividades y un amplio sector de instalaciones artísticas de base robótica, computacional, lumínica, además de trabajos audiovisuales y arte digital —la llamada Digital Art Gallery— y por último, el imponente domo geodésico que ofrece una programación exclusiva y casi única en europa en formato 360°. Además, durante las últimas tres ediciones, desde 2021, el festival, no solo durante su evento-vitrina sino también a lo largo del año, programa ciclos de piezas audiovisuales en la sala inmersiva de Centre d'Arts Digitals IDEAL de Barcelona.

El festival MIRA se autodefine como un «un festival de artes digitales basado en la exhibición, divulgación y educación, se celebra anualmente en Barcelona (desde 2011) y ha celebrado dos ediciones en Berlín (2016 y 2018). Enfocado en la intersección entre arte y cultura digital, el festival cuenta con una programación compuesta por shows audiovisuales en formato tradicional y *fulldome*, instalaciones de arte digital, *screenings* en formato *fulldome*, conferencias y *workshops*» (<https://mirafestival.com/el-festival/>). De

entre todos los EMDAF seleccionados en la segunda fase de muestreo¹³, es el único festival que autodefine como “festival de artes digitales” a secas, sin la etiqueta de “música electrónica” u otras etiquetas como “related visual arts”, “electrónica visual”. Tal y como comenta su director artístico:

Somos un festival de artes digitales, no solo de música. Obviamente donde la música es fundamental, pero con una atención muy grande en la práctica artística, no solo audiovisual, también expositiva, video-instalación, robótica, luz. [...] También hay otra parte y misión de formación, teaching y demás, research. Aunque ahora no nos enfocamos tanto en eso. A veces programamos algo pero vamos en la línea de abordar a través de la exhibición, de la propia práctica artística, puntos más de investigación y más de reflexión crítica o política, como por ejemplo en la ecología del sonido. Tener unas narrativas, críticas, como más consciente, a nivel social o político o ecológico, que yo creo que en festivales más grandes o más mainstream pues no tiene tanto peso. [...] Hay una parte de exhibición, que sería más la función de generar accesibilidad a contenidos que sino fuera por nosotros pues estarían un poco más escondidos, contenidos más difíciles de encontrar. Entonces pues es como que, gracias a la música, podemos integrar contenidos visuales que de otra forma quedarían siempre como más escondidos.

(I.MI.O.1)

El festival MIRA desarrolla su evento-vitrina a lo largo de 3 días —normalmente de jueves a sábado— celebrando una media de entre 40 y 60 actividades, de las cuales solo entre el 10% y 20 % son exclusivamente musicales —sin contenidos visuales. A diferencia de Semibreve, también de ROBOT, o de la mayoría de EMDAF europeos, y quizá junto con el festival español L.E.V. —tanto en su versión festival en Gijón como en MATADERO Madrid— es uno de los festivales donde la imagen tiene un gran protagonismo, de forma equiparada o incluso por encima de los contenidos estrictamente musicales.

13 Ver el diseño de la investigación y metodología.

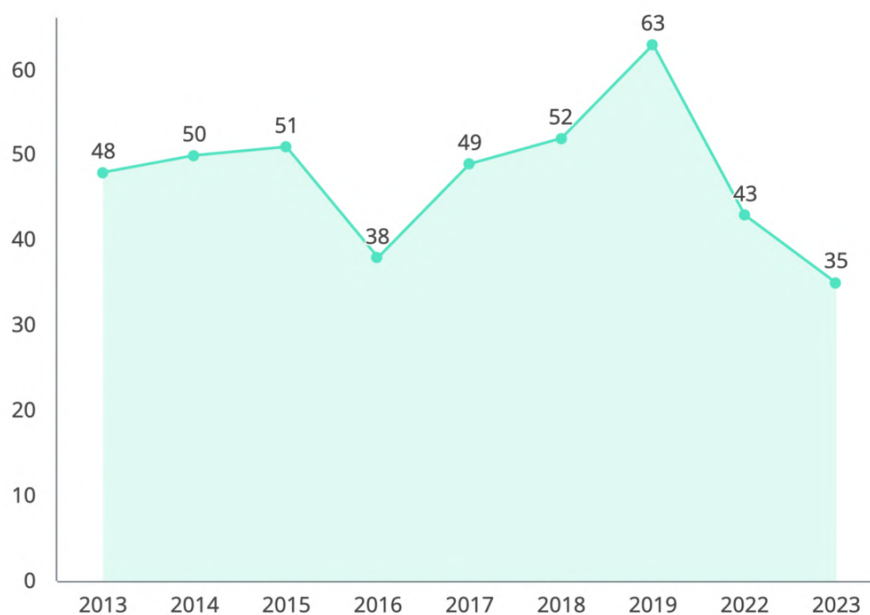


Figura 15. Número de actividades programadas en el festival MIRA, durante las ediciones 2013-2023. Fuente: <https://mirafestival.com> y programas de mano.

A continuación, analizo los contenidos del festival catalán con un énfasis en las ediciones de 2019 y 2022 en la que pude realizar trabajo de campo de forma presencial. Sin embargo, ya que la organización conserva de forma pública, a modo de archivo, la información principal de todas sus ediciones —incluyendo por supuesto la programación completa—, analizaré de forma panorámica sus contenidos a lo largo del resto de ediciones.

Ya con el festival consolidado, a partir de 2015, se observa un progresivo aumento en el número de contenidos y también una estratificación y diversificación en las categorías, disciplinas y formatos de los propios contenidos. Por ejemplo, en 2017 y 2018, el evento-vitrina del festival MIRA contaba con hasta 8 tipos de contenidos en 2017 y 9 tipos de contenidos en 2018. Analizando la gráfica, destaca sin duda cómo el centro de la programación es el formato “Live A/V”¹⁴, suponiendo en torno al 30%-35% de la programación hasta 2021; o incluso el 50% en los años 2022 y 2023.

¹⁴ El “Live A/V” un espectáculo audiovisual simbiótico, a menudo compuesto por dos artistas —un artista musical y un artista visual—, donde la imagen y el sonido son protagonistas al mismo nivel.

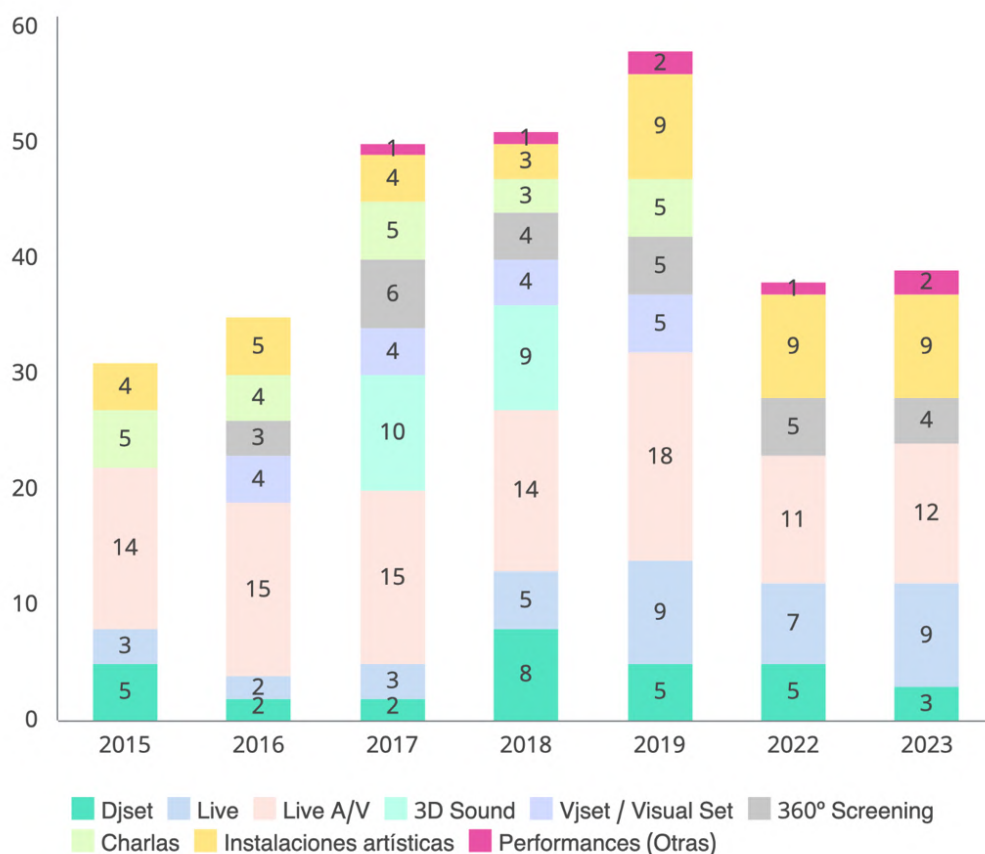


Figura 16. Número de actividades en el festival MIRA, entre 2015 y 2023, según las etiquetas o categorías utilizadas. Fuente: <https://mirafestival.com> y programas de mano.

Por otro lado, también es notable cómo a partir de 2021, la organización del festival opta por una pequeña simplificación en la nomenclatura y categorización de los tipos de contenidos, pasando de tener hasta 8 tipos de contenidos a 4 o 5 tipos. Por ejemplo, desaparecen los contenidos en la sala específica equipada con sonido en 3D y los contenidos formativos o de divulgación como charlas y conferencias, además de los llamados Vjset / Visual set.

En términos de reparto y equilibrio entre diferentes tipos de actividades, analizando la edición de 2022, encontramos que el 30% de la programación total es estrictamente musical —sin visuales, es decir, *djsets* o *livesets*—, otro 30% de la programación consiste en contenido audiovisual más enfocado al baile —Live A/V—, casi un 12% son instalaciones artísticas de gran formato, un 16% lo conforman las obras de arte digital e

instalaciones de menor formato que configuran la MIRA Digital Art Gallery, y casi otro 12% las proyecciones a 360° de gran formato en el domo.

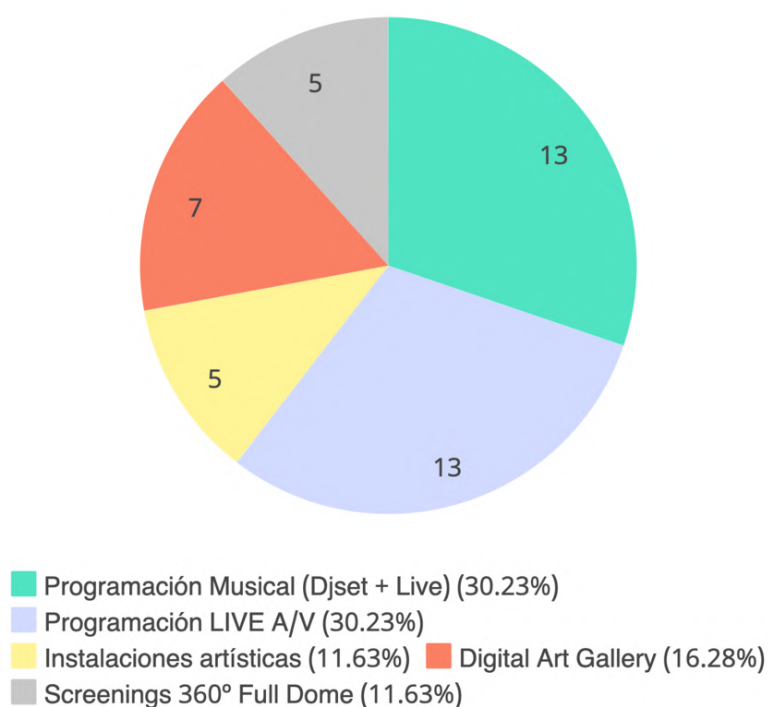


Figura 17. Clasificación de la programación según el tipo de contenido del festival MIRA en la edición 2022. Fuente: <https://mirafestival.com> y programas de mano.

Una característica diferencial clave del festival MIRA es la programación en el domo geodésico de casi 400m², con proyecciones audiovisuales a 360°, siendo desde 2015 pioneros en España en este tipo de formato. Estos contenidos suelen ser creaciones audiovisuales diseñadas para ser proyectadas con sistemas inmersivos de audio y video —normalmente por dos, tres o incluso cuatro proyectores profesionales de alto rendimiento—, de entre 10 y 20 minutos de duración.

Otra característica importante con respecto a este espacio y los contenidos ofertados en él, reside en cómo se organizan los propios contenidos, en términos de horarios: un ciclo continuo de proyecciones audiovisuales inmersivas, que se van repitiendo a lo largo de la tarde y noche, de forma cíclica. Esto quiere decir que, por ejemplo, en la edición de 2022, el festival MIRA, ofertó 5 piezas audiovisuales inmersivas en formato 360° durante un total de casi 20 horas a lo largo de todo el fin de semana —en horario de 17 de la tarde a 03 de la madrugada.

El domo tiene que funcionar así porque el objetivo es que al menos la mitad de las casi más 5000 personas que pasan por el festival a lo largo del viernes y el sábado, disfruten de al menos un pase en el domo. Para el domo hay que dedicar un tiempo también, porque hay momentos del evento que hay cola. Es grande pero no deja de ser un aforo para poco más de 150 personas tumbadas, por lo que si queremos que cada día disfruten de las proyecciones inmersivas del domo unas 1000 personas pues tiene que funcionar casi 10 horas.

(I.MI.O.1)

Por otro lado, el festival catalán también destaca por las instalaciones artísticas de gran formato, que suelen ir acompañadas de una zona expositiva a modo de galería de arte digital, con obras —muchas de ellas de naturaleza audiovisual— de mejor aparataje y de formato reducido. De todos los festivales seleccionados en la segunda fase de la investigación, es el único que ofrece el formato domo y una sección tan amplia y completa de instalaciones artísticas —tanto de gran formato como más enfocadas a la video-proyección y a la parte expositiva:

Nosotros tenemos formatos muy marcados como el domo y las salas de las instalaciones. Hay muy pocos festivales con una programación tan fuerte en esto.

(I.MI.O.1)

Analizando la distribución espacial de los contenidos en relación al grado y número de participación e interacción por parte del público, hay una clara diferencia con respecto a los festivales Semibreve o incluso ROBOT. El festival catalán celebra su evento-vitrina en un espacio principal de tipo recinto —hasta 2022 en la Fabra i Coats y desde 2022, en el recinto de congresos Fira de Barcelona de Montjuic—, por lo que todos los espacios están muy cercanos entre sí, facilitando que las casi 3000 personas que asisten diariamente al espacio del evento, visiten y participen de forma más natural en el resto de actividades —no musicales. De hecho, en las ediciones de 2022 y 2023 celebradas en la Fira Barcelona de Montjuic, todas las instalaciones artísticas —excepto el domo que estaba situado fuera de los pabellones— estaban situadas entre los dos escenarios,

por lo que el público estaba obligado a circular entre las instalaciones para ir de un concierto a otro. Por otro lado, esto también facilita un ambiente más inmersivo y más continuado, ya que el público no debe salir fuera del recinto para pasar de unas actividades a otras, sino que alcanza, en pocos minutos, las diferentes zonas del festival.

A nivel presupuestario, MIRA dedica más de la mitad de presupuesto a producción, en buena parte debido a la propia instalación, montaje y logística que requieren muchas de estas instalaciones artísticas.

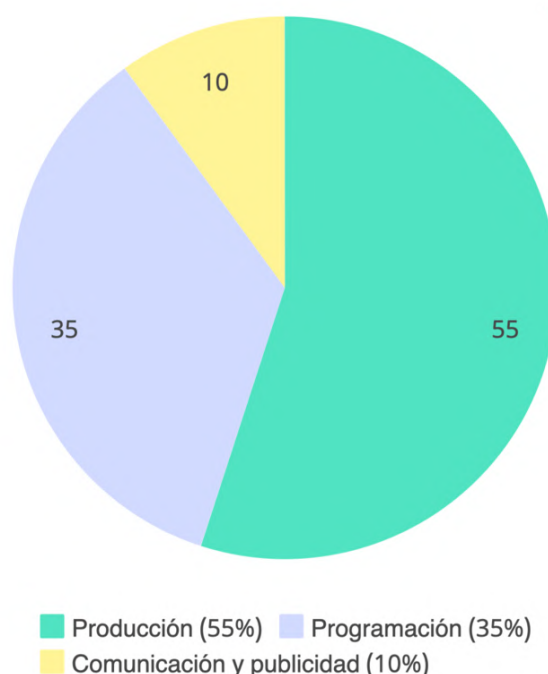


Figura 18. Diseño presupuestario habitual en el festival MIRA de Barcelona según las tres áreas principales de trabajo. Fuente: datos facilitados por la organización durante trabajo de campo y entrevistas.

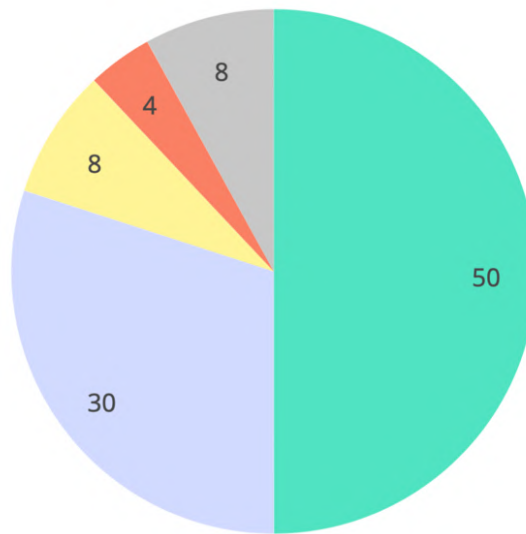
Nosotros es que somos un poco especiales. No tenemos un producto de venta masiva, porque para eso tienes que tener 3 escenarios y meter a 10 000 personas al día, y sin instalaciones ni screenings ni nada. Porque en instalaciones, sobre todo, de momento se te van 10 000 o 15 000 euros para cada una, y normalmente programamos 2 o 3 incluso, además del domo. Y realmente, no estás vendiendo ni un ticket por esos 50 000 euros gastados en instalaciones artísticas... Y ahí es donde entonces están las deficiencias de los festivales de este tipo. Hay unos costes que a veces pues la rentabilidad no es la máxima. [...] Aquí no tenemos para pagar

sueldos, la gente colabora mucho. Tenemos a lo mejor 2000 o 3000 euros para la persona de comunicación, otro tanto para fotografía, otro tanto para producción, y así más o menos. Y a lo mejor son dos, tres o seis meses currando para el festival, dependiendo de qué. Los que trabajamos en MIRA no vivimos de esto.

(I.MI.O.1)

El festival MIRA dedica en torno al 40 % de su presupuesto total a la programación¹⁵. En términos de programación, es decir, aquellos costes derivados de la contratación del elenco artístico —principalmente los cachés u honorarios profesionales—, la programación musical —Djsets, Live, Live A/V— supone el 80% del coste total. Sin embargo, si formulamos este mismo análisis, pero en términos de producción —costes de montaje y desmontaje de infraestructuras, personal externo especializado para el servicio técnico, hospitalidad y logística asociada a la programación, etc.—, nos damos cuenta de que el coste dedicado a las instalaciones artísticas, el montaje del domo, así como la galería de arte digital, se equipara de forma más equilibrada en relación al coste de los contenidos musicales.

¹⁵ Ver el análisis del presupuesto en el segundo capítulo dedicado a la dimensión económica, página x.



- Programación Musical (Djset + Live) (50%)
- Programación LIVE A/V (30%)
- Instalaciones artísticas (8%)
- Digital Art Gallery (4%)
- Screenings 360° Full Dome (8%)

Figura 19. Diseño presupuestario dedicado a programación en el festival MIRA de Barcelona según los diferentes tipos de contenidos. Fuente: datos facilitados por la organización durante trabajo de campo y entrevistas.

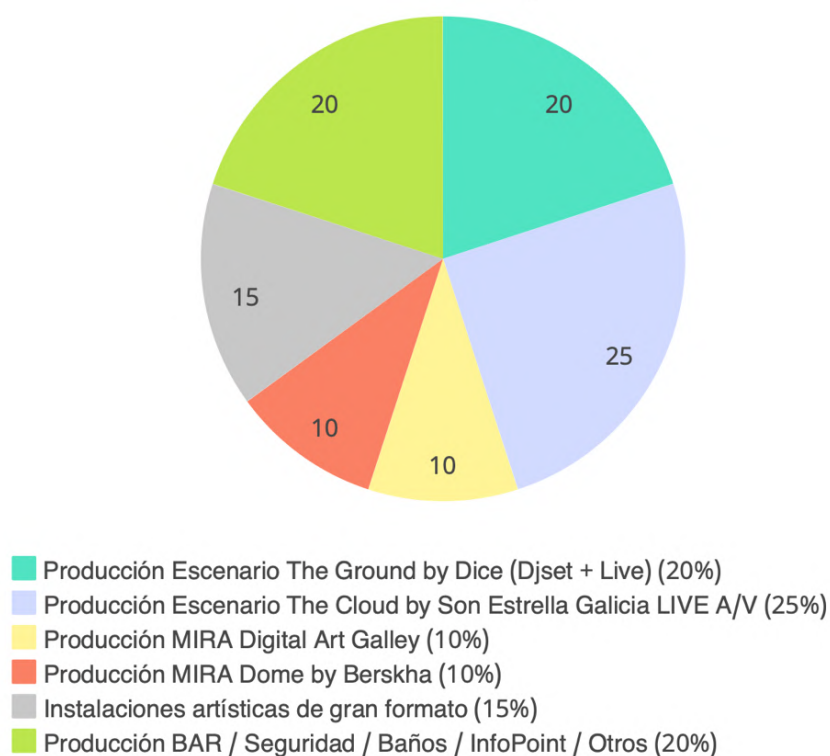


Figura 20. Diseño presupuestario habitual para el área de producción en el festival MIRA de Barcelona. Fuente: datos facilitados por la organización durante trabajo de campo y entrevistas.

Nosotros hacemos ese papel fundamental que es la captación de nuevos talentos, nuevas iniciativas y nuevas formas de expresión, los filtramos y trabajamos. A veces incluso impulsamos directamente la producción de esos nuevos contenidos, porque son realmente nuevos. Confiamos en el proyecto de un artista que lo produce por primera vez para nosotros y ya luego divulga esa creación en otros lugares. Y luego están allí arriba los festivales grandes. Pero somos nosotros los que hacemos de eje vertebrador de estos nuevos contenidos, y está bien que sea así.

(I.MI.O.1)

Tenemos una serie de formatos y tipos de actividades, y a partir de ahí, dependiendo del año, de la contemporaneidad de las temáticas y eso, pues vamos eligiendo las temáticas. Nosotros nos centramos en los formatos de exhibición y después las temáticas. Pero es verdad que nunca nos hemos querido fijar demasiado en nada. [...] A veces pues directamente pensamos otras actividades sin temática, enfocadas a shows, más directos, sin tanta reflexión. Que sea más directo, que la gente lo disfrute. Es importante encontrar el equilibrio entre la parte sesuda, densos y

complejos, que para nosotros supone normalmente entre un 20 y 30%; y otra parte más fácil y más accesible. Que está en torno al 70%. En cambio si claro, gracias a esa parte más directa, más accesible, pues consigues interesar a un 30% de esa gente y va a las propuestas de más riesgo y experimentación, más densas digamos, pues ya estamos haciendo nuestra labor ahí. Hacemos una labor bastante interesante ahí.

(I.MI.O.1)

En conclusión, por lo tanto, a diferencia de Semibreve, el festival catalán es un festival híbrido y multidisciplinar, con un característico equilibrio entre actividades musicales — *djsets, live, live A/V*— y otras actividades como performances, instalaciones artísticas de gran formato y exposición de proyectos y obras de arte digital, proyecciones audiovisuales, etc. Este equilibrio, debido a la estratégica combinación de espacios según los tipos de contenidos, hacen que la participación y asistencia del público por todas las actividades programadas sea también más equilibrada, lo cual también se hace notar en el diseño presupuestario, sobre todo en términos de producción —no tanto en términos de programación y contratación de artistas.

4.2.3. Programación y tipos de contenido en el festival ROBOT

El festival ROBOT celebra su evento-vitrina en Bologna a comienzos del mes de octubre desde 2008. Con una programación que roza las 40 actividades, el festival italiano está consolidado desde hace más de una década como uno de los festivales de música electrónica y artes digitales más importantes y singulares del país. El festival ROBOT, si bien se autodefine a nivel de comunicación pública, al igual que sucede con Semibreve, como «un festival internacional de música electrónica e instrumental contemporánea y artes digitales» (<https://shape.bo.it/it/project/robot-festival/>), es evidente que prevalece el peso y protagonismo de la música sobre el resto de disciplinas y contenidos programados:

Todo viene de la música en realidad. Yo era dj, pero bueno, a todos nos gustaba, después empezaron Andrea y Toni. [...] Empezamos a organizar eventos de *minimal techno* en un sushi bar. [...] Luego empezamos con Kindergarten, ya con

un aforo de más de 500 personas, con el evento PlayHouse. Empezamos a invitar djs de *minimal techno*, sobre todo de Berlín, y fue un éxito, siempre llenábamos. [...] Pero claro, estábamos allí todos los viernes, y claro, nosotros no éramos hijos de la noche tampoco. Todo el equipo de ROBOT tenemos una carrera, estudiábamos o empezamos a trabajar, y se nos quedaba un poco pequeño el tema del *clubbing* en Kindergarten. [...] Luego éramos muy seguidores de la escena de la electrónica que se estaba cultivando en Europa, que era un poco diferente. [...] El Sónar era un poco nuestro referente, íbamos siempre. [...] Empezamos a imaginar algo así, aquí, en Bologna. Entonces eso hicimos, con Sónar como referente internacional y Dissonanze de Roma, el primer festival italiano de este tipo. Nosotros teníamos la exigencia de cultivar otras cosas, no solo noche, de dialogar también con un público más adulto y maduro, abrimos a conciertos más experimentales, artes digitales... entender la música electrónica desde un lugar más flexible y expandido. Y así nació en 2008 la primera edición de ROBOT, tras conseguir un espacio fenomenal como el Palazzo Re Enzo en Piazza Maggiore.

(I.RO.F.G.M.1)

ROBOT es un festival que nace con la idea de unir dos mundos que por aquel entonces no dialogaban: la música que había en las raves con los espacios urbanos dedicados a la cultura. Sobre todo, a nivel público e institucional ese era el enfoque, y eso fue fundamental para consolidarnos, además de la aceptación del público, porque intentábamos decir: ROBOT coge los contenidos y ambientes típicos de las raves, que son válidos desde el punto de vista estético y artístico, pero los hace dialogar con espacios y formatos típicos de la cultura, más comunes y familiares para el público. Y eso fue un punto: llevar contenidos alternativos a lugares y espacios ya legitimados para la cultura, donde no se habían visto aún ese tipo de contenidos ni de públicos, como el Palazzo Re Enzo o el Teatro Comunale.

(I.RO.F.G.A.1)

En la edición de 2022, el festival ROBOT programó un total de 33 actividades para la celebración del evento-vitrina durante los días 5, 6, 7 y 8 de octubre —además de otros 7 eventos musicales llamados “ROBOT Night” o “ROBOT Present” repartidos a lo largo del año y también celebrados en el espacio DumBO. Con un total de 25 actividades musicales —sin acompañamiento visual—, ROBOT Festival 2022 dedicó más de un

75% de su programación a propuestas estrictamente musicales, un 12% a actividades formativas tales como talleres y charlas, un 6% a actividades formativas y educativas para público infantil y joven y otro 6% a performances. En 2022, ROBOT no contó con instalaciones artísticas ni video-proyecciones, y solo programó una actividad anunciada como *Live AV*—espectáculo audiovisual en directo.

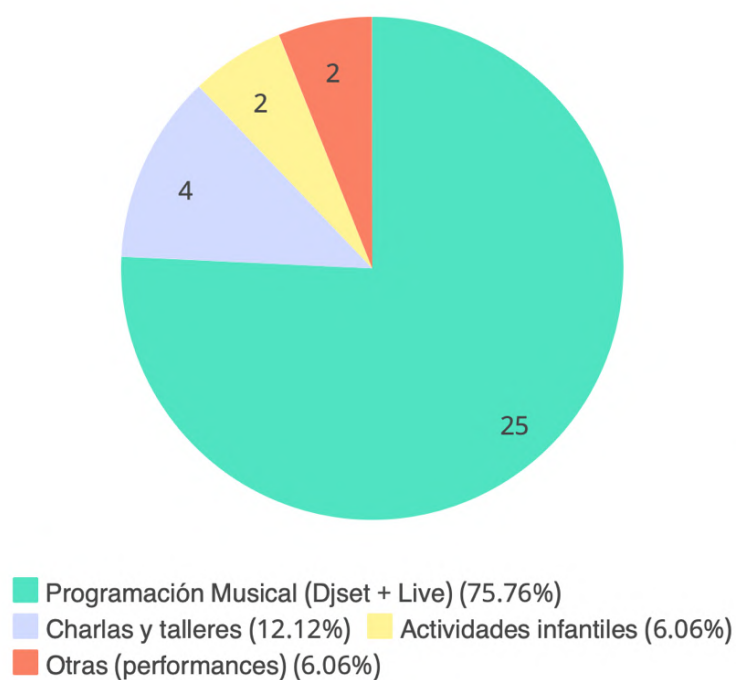


Figura 21. Clasificación de la programación según el tipo de contenido del festival ROBOT en la edición 2022. Fuente: datos facilitados por la organización durante trabajo de campo y entrevistas.

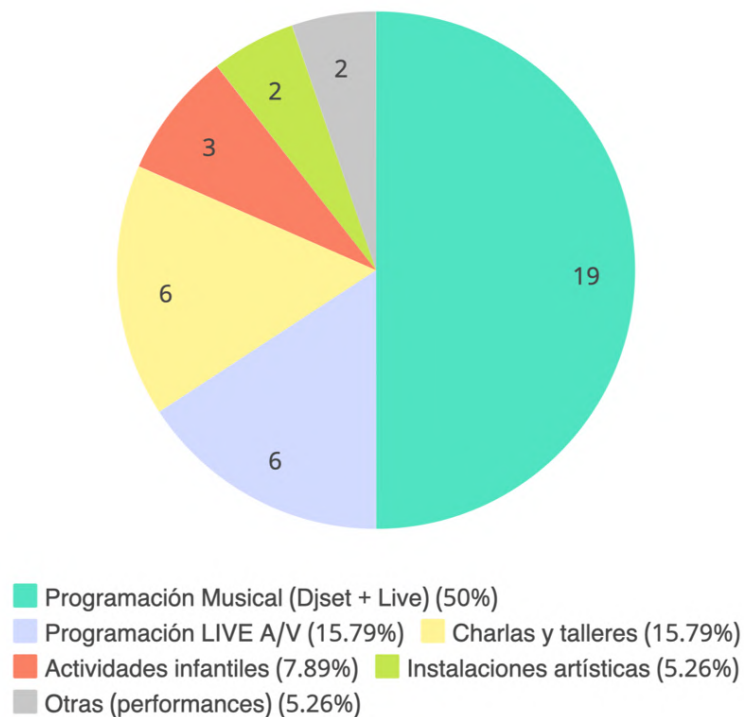


Figura 22. Clasificación de la programación según el tipo de contenido del festival ROBOT en la edición 2023. Fuente: datos facilitados por la organización durante trabajo de campo y entrevistas.

En 2023, aunque el festival sigue manteniendo el mismo formato a nivel de programación y número de contenidos, incluso también a nivel de uso de espacios, tal y como vemos en la gráfica superior, aumentan de forma notable los contenidos audiovisuales en formato *Live A/V*. Además, el festival retoma las instalaciones artísticas, aumentan las performances y las actividades de pensamiento y divulgación.

A pesar del protagonismo evidente de los contenidos estrictamente musicales —y también audiovisuales en 2023—, cabe destacar la amplia programación de ROBOT en materia de educación, divulgación y participación en torno a la práctica artística en la música electrónica, la tecnología aplicada al sector creativo y la creatividad digital. En total, sumando las charlas y conferencias, así como los talleres y actividades participativas enfocadas a público infantil y joven, el festival ROBOT dedica de media casi un 20% a este tipo de contenidos.

Por otro lado, ROBOT se sitúa en un término medio entre Semibreve y MIRA en cuanto

a la diversificación y variedad de categorías, formatos, disciplinas o etiquetas aplicadas según los tipos de contenidos. El festival portugués usa tres etiquetas —conciertos, charlas, talleres— a modo de disciplinas o categorías: música, divulgación, participación. Sin embargo, el festival MIRA aplica descriptores más precisos que intentan definir mejor el formato de cada actividad, llegando a aplicar hasta once etiquetas diferentes: *Djset*, *Live*, *Live A/V*, *Vjset* o *Visual Set*, *360° Screening*, *Screening* —en pantallas de dimensiones más reducidas, no en el domo a 360°—, *Conferences*, *Workshops*, *Installations*, *Performances*. En el caso italiano, en punto intermedio, encontramos un uso más o menos estándar de los descriptores y etiquetas, con un total de en torno a cinco o seis categorías: *Djset*, *Live*, *Live A/V*, *Kids*, *Learn*, *Installations* y *Performance*. Esta categorización según los tipos de contenidos es común a la gran mayoría de festivales de música electrónica y artes digitales, con la particularidad de que, en el caso de ROBOT, integra un programa de contenidos dedicado al público joven e infantil, que, si bien parece una tendencia en auge, aún pocos EMDAF incluyen en sus programaciones.

En el festival ROBOT, en comparación con los festivales Semibreve y MIRA, la presencia de contenidos formativos, educativos y/o participativos, tanto para adultos como para público joven e infantil, es mucho más notable.

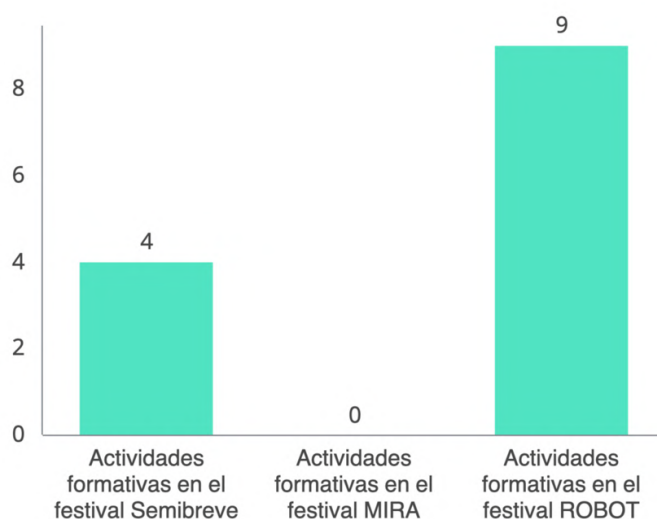


Figura 23. Comparación del número de actividades formativas o divulgativas (charlas, talleres, etc.) e infantiles, programadas en los festivales Semibreve, MIRA y ROBOT, en su edición 2023. Fuente: datos facilitados por las organizaciones durante trabajo de campo y entrevistas.

Sin embargo, analizando cómo se refleja este reparto a nivel de asistencia y participación por parte del público, por un lado, y a nivel presupuestario por otro, cambia mucho la gráfica.

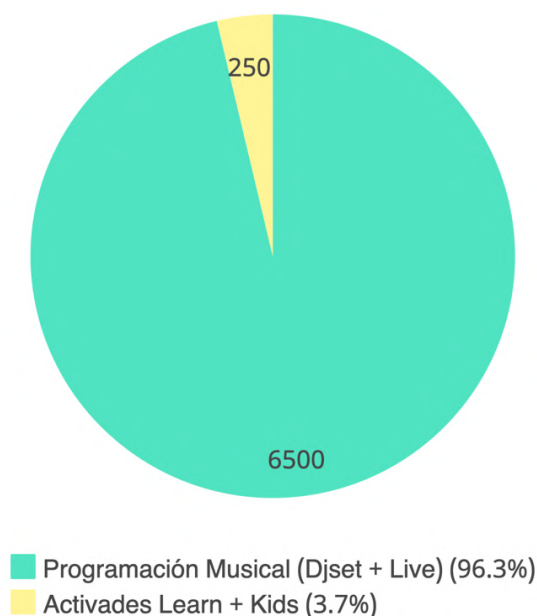


Figura 24. Número de asistentes según el tipo de contenido en el festival ROBOT, edición 2022. Fuente: datos facilitados por la organización durante trabajo de campo y entrevistas.

Tal y como muestra la gráfica, hay una gran diferencia —de un 96% contra un 4%— entre la participación que aglutina una actividad de tipo taller, o incluso una charla, con respecto a las actividades musicales. Es decir, durante la edición de 2022, el 75% de la programación aglutinó al 96% de las visitas. Si cogemos como ejemplo la edición de 2022, tenemos aforos de 1500 personas en el Binario Centrale de DumBO, además de otras 750 personas en Baia y 350 personas en el Oratorio San Filippo Neri. Analizando las actividades formativas, tenemos un aforo de unas 60 personas de media para las charlas y conferencias, unas 40 personas de media en las actividades infantiles —contando con los adultos responsables de los menores. En resumen, siguiendo en la edición de 2022, hablamos de unas 6500 personas para las actividades musicales —contando la programación del Palazzo Re Enzo del jueves y del Oratorio S. Filippo Neri— y en torno a las 250 personas en las actividades formativas y educativas.

Sin embargo, haciendo este mismo análisis, en 2023 —con unas cifras que han superado los 7000 visitantes— más de 20% del público total del festival visitó las instalaciones artísticas —una de ellas fue una instalación acompañada de una performance celebrada el viernes en horario punta en la sala principal del Palazzo Re Enzo con casi 800m² y un aforo de 1000 personas— ya que se han desarrollado en los mismos espacios de la programación musical y en las mismas franjas horarias, además de una performance de apertura en el Club TPO, con aforo para 750 personas. Sin embargo, de forma similar al año 2022, la asistencia media a las actividades de formación y divulgación, ha sido de entorno a 50 personas, estimando por lo tanto un total de 450 visitas a los contenidos Robot Kids y Robot Learn para la edición de 2023.

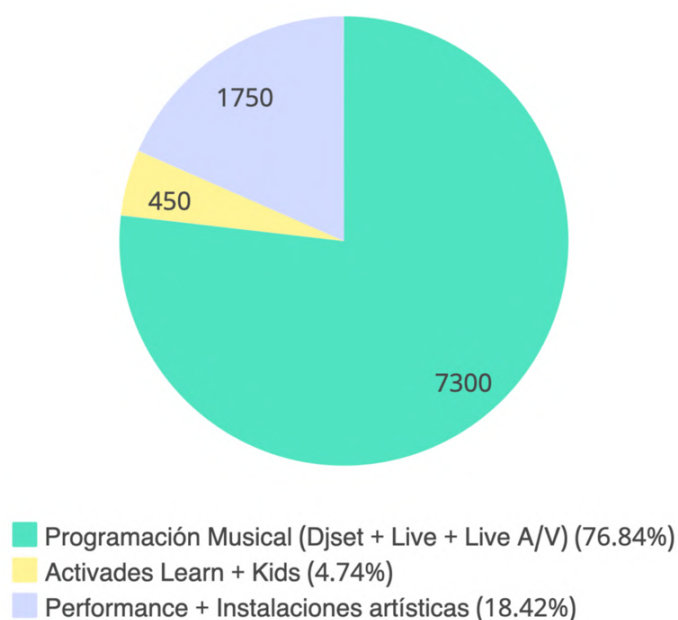


Figura 25. Número de asistentes según el tipo de contenido en el festival ROBOT, edición 2023. Fuente: datos facilitados por la organización durante trabajo de campo y entrevistas.

A nivel de presupuesto, de forma similar a como sucede con el festival MIRA de Barcelona, llama la atención que el festival ROBOT dedique tan solo entre el 30% y el 35 % del total a la programación de contenidos —en términos de contratación, cachés y honorarios profesionales:

Hay dos secciones principales en el presupuesto: programación y producción. Cuando empezamos a trabajar en la edición y a cuadrar presupuesto, lo primero que abordamos son los contenidos. Al menos una parte, los artistas que más

cuestan, digamos, de más relieve, internacionales...etc. Este año [2022] por ejemplo vamos a gastar en torno a 250 000 euros, pues casi un 35 % va para programación. Luego están los costes de producción, que si no van parejos a programación, van muy poco por debajo. Luego dedicamos mucho a comunicación, este año un 10%. En personal, pues también mucho porque aunque somos solamente tres personas durante todo el año, durante la semana del evento-vitrina somos casi 100 personas trabajando.

(I.RO.F.G.A.1)

Analizando el reparto presupuestario según los tipos de contenido notamos un desfase no proporcional entre la cantidad de actividades y su reflejo en el presupuesto: a pesar de que los contenidos complementarios, formativos, participativos, charlas, talleres, etc., tienen una presencia de entre el 20% y el 30% en la programación general del festival, tan solo entre un 4% y un 10% del gasto dedicado a programación de contenidos va dedicado a estas secciones —en términos de cachés, contratación y honorarios. Sin embargo, al igual que sucede con el festival catalán, el reparto presupuestario según el tipo de contenido se vuelve a repartir y equilibrar en materia de producción —instalación y desmontaje de infraestructuras necesarias para el desarrollo de las actividades, contratación de personal externo, etc.

En conclusión, ROBOT es un festival que, si bien se focaliza sobre todo en música, muestra un interés cada vez mayor por otros tipos de actividades y disciplinas, a destacar, sobre todo, la importante apuesta por los contenidos de divulgación y educación, por un lado, y las actividades participativas para público infantil por otro. A diferencia de otros EMDAF europeos, si bien en este 2023 ha recuperado los contenidos *Live A/V*, es habitual que ROBOT apueste por contenidos donde las proyecciones audiovisuales no ocupan un papel tan protagonista. Con respecto a la categorización estética de los contenidos, hemos visto cómo ROBOT se sitúa a medio lugar entre los festivales Semibreve y MIRA, usando además un elenco de etiquetas más o menos normalizadas en el campo de la música electrónica y la creatividad digital. A pesar de que, en número, examinando la suma total de actividades, aquellas que no son conciertos ni actuaciones musicales representan una proporción notable de en torno al

25 o 30% del total, en términos de cantidad de visitas por actividad, así como en el reparto presupuestario, el protagonismo recae sobre el contenido musical.

A continuación, tras abordar la descripción, caracterización y análisis de los EMDAF estudiados a partir de sus espacios y sus contenidos, afronto ahora el papel del público en relación a las experiencias de consumo y hábitos comunes.

4.3. Audiencias, públicos y experiencias de consumo.

Retomando de nuevo la definición del concepto *festivalscape* (ver Chen et al., 2019; Lee et al., 2008; Mason & Paggiaro, 2012), cabe señalar que buena parte de los puntos argumentativos de esta noción tan central en esta investigación, tiene que ver también con las personas que conviven, participan y consumen *in situ*, en el evento, de forma presencial, en la llamada *event-experience* o *festival-experience* (De Geus et al., 2016; Morgan, 2008; Richards, 2019; ver también Reyes-Criado, 2023). Pero también, además de los usuarios, debemos tener en cuenta el personal que trabaja y todos los aspectos y relaciones entre personal y servicios ofrecidos en el evento, ya que determinarán en buena parte el grado de satisfacción del público asistente y la satisfacción con respecto a la forma estar presente —de forma confortable— durante el desarrollo del evento.

En esta sección voy a analizar cómo contribuyen los ambientes y experiencias del público en la percepción compartida del *festivalscape* del evento-vitrina, describiendo y analizando los tipos de públicos, los hábitos de consumo y las experiencias relacionales más comunes y representativas de este tipo de festivales, poniéndolos en relación con los espacios y los horarios, a través de una perspectiva combinada entre los estudios de caso.

Tal y como hemos visto anteriormente, la mayoría de los festivales de música electrónica y artes digitales cuentan normalmente con grandes espacios al aire libre o semi-cubiertos anexos a las salas donde se celebran las actividades, sobre todo aquellos festivales que basan su formato en un espacio de tipo recinto. En el caso de Semibreve, por ejemplo,

que, en parte, debido a su carácter difuso y más repartido por la ciudad sin un espacio realmente protagonista, aunque no ofrece esta posibilidad en el Teatro Circo, sí que al menos en su programación más nocturna, ofrece amplios espacios abiertos anexos a los servicios de bar, en el centro gnration.

Los espacios son una pieza clave en la configuración de los diferentes ambientes, al igual que los propios contenidos y la forma de estar y participar del público. Así, un festival que ofrezca zonas de descanso confortables, por ejemplo, con *puffs*, sillones, bancos y mesas, ayudará a generar momentos más sosegados, donde seguramente la conversación y la interacción con otros usuarios y visitantes del festival se convierte en una práctica fundamental. De igual forma, un festival, como por ejemplo MIRA, que ofrece una zona de bar y *foodtrucks* al aire libre tipo terraza con más de 300 sitios para sentarse y más de 1000m² dotados de servicios, invita a que la socialización e interacción entre el público sea una experiencia central en el evento. De forma similar al festival catalán, otros festivales visitados, como por ejemplo el L.E.V. de Gijón, también cuentan con espacios similares, amplios, con aforo para más de 1000 personas y casi 500 sentadas a modo de terraza. Tal y como explica un asistente al festival L.E.V. de Gijón:

Esto es diferente de otras cosas. Yo llevo viniendo, pues no sé, desde que nació el festival. Es que no tiene nada que ver con un concierto ni un club, el ambiente es diferente. Tampoco es lo mismo que un festival de verano enorme con miles de personas. Fíjate, pues ahí dentro hay un montón de gente descubriendo grupos y sonidos diferentes y aquí tenemos un pedazo de espacio chulísimo charlando mientras descansas entre un show y otro. Y eso mola mucho, porque no sé, los clubes por ejemplo pues no tienes esa posibilidad, de espacios tan amplios, agradables para estar, charlar y fumarte un cigarro. Y aquí pues mola mucho porque conoces gente más o menos afín a estos contenidos y eso es algo especial.

(I.L.E.V.P.R.1)

Analizando el flujo de público según los horarios, hay que tener en cuenta que la mayoría de eventos-vitrina de los festivales estudiados ofrecen, en los días principales de programación —viernes y sábado—, una media de entre 6 y 12 horas seguidas de

contenido —normalmente desde media tarde hasta las cuatro o cinco de la madrugada. En este sentido, la presencia extendida en el evento genera una cierta sensación y experiencia inmersiva:

Yo lo prefiero así porque no sé, es como más un viaje por un mundo. Al principio, llegas, te vas aclimatando al espacio, a la gente, a los diferentes sitios. Donde está la barra, los baños... te aclimatas al sonido, a las luces, te pides una cervecita, vamos entrando en el rollo.

(I.L.E.V.P.R.1)

Sin embargo, examinando cuantitativamente cómo se distribuye la afluencia total de público según los horarios en este tipo de festivales, vemos claramente cómo destacan de forma notable los contenidos musicales más enfocados al baile, en horario nocturno, sobre todo a partir de las diez u once de la noche, según qué festival. La localización del festival con respecto a los servicios de transporte público y movilidad también juega un papel importante. En festivales como el L.E.V. de Gijón, cuyo espacio principal es la LABoral que dista 5km del centro de la ciudad asturiana, gran parte del público aprovecha el servicio de autobús de línea para llegar hasta el evento. Sin embargo, como el último autobús pasa a las once de la noche, gran parte del público se apresura a llegar antes de esa hora.

Este espacio por ejemplo es fundamental porque nos ayuda mucho a congregar a mucha gente durante el día, que es algo que nos gusta mucho y que también es necesario. Así podemos programar también contenidos que nos pegan más de día, además si hace bueno este espacio es una maravilla. En LABoral pues cuesta un poco más, algunos años hemos probado, pero preferimos no arriesgar a meter programación un viernes a las siete de la tarde. Mucha gente curra hasta tarde y no puede llegar aquí hasta las nueve o diez de la noche. Y el sábado pues, teniendo este espacio, la verdad que aquí se está mejor. Dejamos un par de horas para que la peña recargue fuerzas por el centro y arrancamos a las ocho en LABoral. Como la programación del sábado también es muy fuerte, el teatro se llena siempre desde el principio. Si tuviéramos un espacio para 2000 personas pues sería diferente, pero como estamos en el teatro hasta las doce pues va genial.

(I. L.E.V. N.1)

Si, también depende creo yo si vas solo o con colegas. Yo por ejemplo he llegado a las siete pues llevo aquí casi cinco horas. Cuando llegué uff, pues así un concierto tan experimental de repente me costaba un poco. Vengo de currar y no me entraba la verdad. Así que vi solo un poquito... tampoco había mucho ambiente, ahora está lleno, a las siete no había ni la mitad de la gente... así que me fui al domo. Y el domo buah, pues es otro rollo, ahí tumbado, todo más íntimo, no sé cuánta gente cabe... pero notas que es algo más íntimo. Es un poco piño porque hay que esperar, pero luego mola porque te haces colega de la gente mientras haces cola, nosotros nos hemos conocido ahí por ejemplo. No sé yo al salir del domo pues fue otra cosa, el concierto de Caterina por ejemplo me ha entrado genial, vaya pasada. Entonces para mí tiene sentido así, como in crescendo. [...] Yo creo que te corta el rollo irte de un espacio a otro, aunque esté cerca... no sé. Le quita precisamente eso de vivirlo como un pequeño viaje ¿no?

(I. MI. L.1)

Este fragmento de un usuario entrevistado durante el trabajo etnográfico en el campo¹⁶, ilumina muchos puntos interesantes sobre los hábitos relaciones, las experiencias y los tipos de usos y consumos del público. Por un lado, muestra una de los pocos casos de usuarios que asisten solos —sin compañía— al evento:

Sí porque siempre otros años he venido con gente y al final no sé, no es el ambiente que más disfruto con mis colegas. Y aquí siempre me enredo con alguien, como con los colegas de la cola del domo. Está guay, al final no es tanto un festival de fiesta, te diviertes, bailas, socializas... pero yo vengo a descubrir cosas también, a ver movidas que no hay en otros sitios... no me gusta estar dos horas fuera que si me pido una cerveza, si ahora fumo que ahora una hamburguesa. Me mola lo que te decía, vivir el evento como un viaje, ¿sabes?

(I. MI. L.1)

¹⁶ De conversaciones semi-estructuradas con público asistente a los festivales analizados, en concreto con un hombre de 34 años asistente al evento-vitrina del festival MIRA 2022, el viernes 11 de noviembre.

Aunque no se han conseguido datos internos por parte de las organizaciones de ninguno de los tres casos de estudio, las notas del trabajo de campo y la etnografía realizada en el campo durante las ediciones de 2022 en los eventos de los festivales Semibreve, L.E.V., MMMAD, MIRA y ROBOT, indican que la mayoría del público —al menos un 90%— asiste acompañado o se encuentra allí con gente conocida. En este sentido, teniendo en cuenta la gran presencia de público en los espacios abiertos de tipo terraza, podemos considerar, a diferencia de otros formatos culturales situados como las ferias de arte o los simposios, un formato con un marcado carácter social, relacional y de encuentro, donde más de la mitad del público asistente dedica en torno a un 20% del tiempo que pasa en el evento —sobre todo aquellos de tipo recinto— disfrutando de los servicios de restauración y hostelería en las zonas exteriores de tipo terraza.

En este sentido, de cara a caracterizar las experiencias y los ambientes típicas de los eventos-vitrina de los EMDAF, varios asistentes entrevistados han subrayado cómo las características y naturaleza específica del formato del propio evento, en relación a los tipos y disposición de los espacios, ayudan a crear un ambiente más o menos inmersivo, único y auténtico:

Bueno, la verdad que está muy bien también aquí, aunque la Fabra era mucho más especial. El rollo arquitectónico hace mucho claro... Y la zona esta de los videos y las salas esas así industriales con movidas frikis de sonido, drones y sensores... pues no es esto. Pero bueno la verdad que para ser la primera edición aquí pues se han acoplado bien. Al menos hay espacio suficiente y se está a gusto.

(I. MI. A.1)

Otro argumento fundamental, que también ilumina el primer fragmento de entrevista citado en esta sección, se refiere a cómo el evento se va llenando de público según las franjas horarias. Dicho de otra manera, cómo se distribuye el flujo de asistentes según los diferentes horarios y el transcurso del evento-vitrina y cuáles son los momentos pico. En la tabla inferior, podemos comparar cómo se han ido llenando de público según el desarrollo de los eventos-vitrina de los festivales Semibreve, MIRA y ROBOT, durante la edición de 2022, lo que nos lleva a concluir que en la mayoría de eventos-vitrina de los EMDAF, la asistencia es muy reducida durante las primeras dos, tres o incluso cuatro horas de festival.

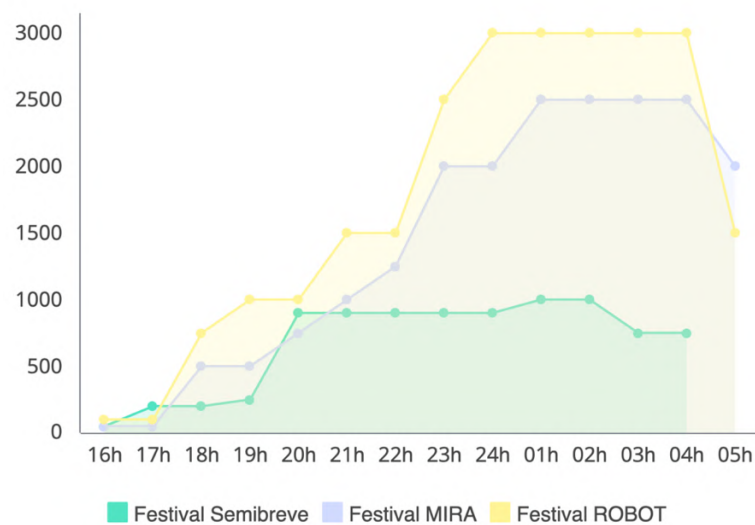


Figura 26. Distribución y afluencia de público según el transcurso del evento-vitrina en los festivales Semibreve, MIRA y ROBOT, en la edición 2022. Fuente: datos facilitados por las organizaciones durante trabajo de campo y entrevistas.

En relación al tipo y target de público, se han recogido datos —tanto durante la observación participante durante las visitas etnográficas como a partir de información de *ticketing*¹⁷ facilitada por la organización— como a partir de una matriz compuesta por varios aspectos, entre los que destacan procedencia y edad. Público local —residente en la ciudad donde se celebra el festival—, público nacional —externos a la ciudad donde se celebra el festival, pero residentes en dicho país—, y público internacional. Respecto a las franjas de edad, hay que señalar que en todos los festivales está permitida la entrada a menores de edad acompañados de un adulto, por lo que se han establecido 6 franjas: hasta los 18 años, de 18 a 25 años, de 25 a 35 años, de 35 a 45 años, de 45 a 60 años, de 60 años en adelante. Por lo general, tal y como vemos en la tabla de abajo, en la mayoría de festivales de música electrónica y artes digitales estudiados la edad media del público ronda los 30 de edad o incluso en algunos casos puede llegar a alcanzar los 35 años. Solamente el festival MMMAD de Madrid tiene un target de público medio de menos de 30 años, seguido del festival portugués MuchoFlow.

¹⁷ Hay que señalar que las tres organizaciones han destacado que la información sobre la *targetización* de su público depende en gran medida de la plataforma de venta de entradas. En términos generales, la mayoría de estas plataformas no ofrecen datos sobre la edad, sino únicamente sobre lugar de la compra, por lo que en la mayoría de los casos, las franjas de edad son estimaciones más o menos contrastadas por los organizadores en base a su experiencia en la propia organización del festival y otros eventos similares.

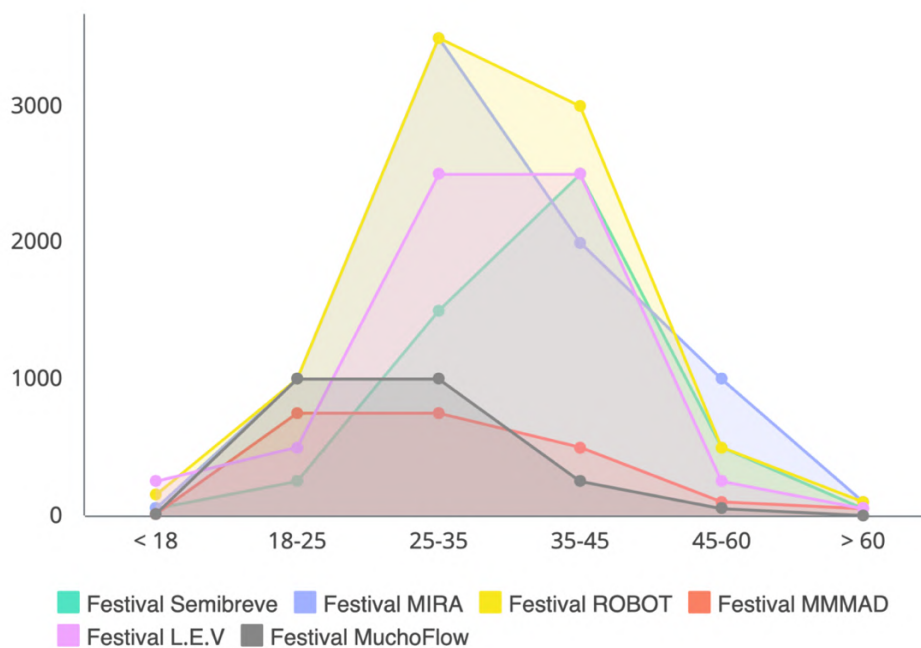


Figura 27. Tipos y targets de público según edades en los festivales Semibreve, MIRA, ROBOT, MMMAD, L.E.V. y Mucho Flow. Fuente: datos facilitados por las organizaciones durante trabajo de campo y entrevistas.

Por último, con respecto a las experiencias del público y los hábitos de consumo, abordo a continuación los siguientes aspectos: hábitos y experiencias según los tipos de contenidos, los ambientes y hábitos de consumo en torno a los servicios de bar y foodtrucks y por último el consumo de estupefacientes.

Al analizar cómo la organización dirige y comisaria los contenidos en términos de comunicación pública —en los programas de mano, redes sociales y páginas webs principalmente—, notamos de nuevo que el protagonismo de la programación suele recaer sobre los contenidos musicales con descriptores como: “sound in a narrative way”, “from ambient and electronic music to metal and drone”, “rootical techno”, “jazz and dance music”, “electronic experimentalism, r&b and club music”, “punk and techno”, “DIY noise, field recordings, experimental sound, with booty bounce and hip hop”. Valorando que la afluencia de público es mayor y el aforo de los eventos-vitrina se completa —o roza el *sold-out* en la mayoría de ocasiones— en torno a la media noche, parece que el interés de la mayoría del público versa más sobre aquellos contenidos más enfocados al baile con ritmos de música electrónica más acelerada, lo cual coincide con la progresiva compleción de las salas y vaciado de las zonas de servicios de bar y *foodtrucks* así como las zonas de descanso.

Por otro lado, dependiendo del tipo de festival y como estén repartidas, tanto a nivel espacial como a nivel de horarios, el resto de actividades y contenidos de la programación, el público podrá o no interactuar con dichos contenidos con horarios más flexibles e incluso hasta altas horas de la madrugada. Por ejemplo, en las últimas dos ediciones de MIRA sí que hemos encontrado estas situaciones, en las que el público, continuamente, incluso bien entrada la madrugada, participativa, observa e interactuaba con alguna de las instalaciones artísticas emplazadas entre un escenario y otro —por donde había que pasar a la obligatoriamente. Sin embargo, en el festival ROBOT o L.E.V., a pesar de contar con un formato general similar a MIRA —donde sin ser un formato de tipo recinto, la gran mayoría del festival se desarrolla en uno o dos espacios principales—, no encontramos otro tipo de contenidos —como por ejemplo instalaciones artísticas de gran formato, video-proyecciones u obras de artes digital— en el mismo espacio a partir de ciertas horas de la noche.

Otro marco experiencial y de sociabilización fundamental se desarrolla en torno a las zonas de descanso, servicios, bar y *foodtrucks*. En términos generales, especialmente en eventos-vitrina de tipo recinto, el público pasa una media de un 20% en estos espacios cada día que disfruta del evento. Es decir, en los espacios de tipo de recinto como por ejemplo en los eventos de los festivales ROBOT, MIRA o L.E.V., el público suele pasar entre una y dos horas en este tipo de espacios cada día que asiste al festival, de entre las 6-8 horas de media que suele pasar el público en el recinto del festival¹⁸. Con respecto a la afluencia de público en estas zonas, comienzan a llenarse progresivamente en torno a la medianoche para llegar a su punto álgido entre la medianoche y las dos de la noche. Hay que señalar que, en este tipo de eventos, los espacios destinados a servicios de comida y bebida son fundamentales, sobre todo cuando los eventos son de tipo recinto y se desarrollan en lugares más o menos periféricos donde no hay otras opciones cercanas. Sin embargo, festivales más urbanos, difusos y repartidos por la ciudad, como es el caso de Semibreve, cuenta con un despliegue logístico mucho más sencillo. Cabe pensar también, que dependiendo del tipo de formato —formato de tipo recinto o bien

¹⁸ Recordamos que es una estimación media, ya que, por ejemplo, el festival MIRA ofrece unas 13 horas seguidas de programación cada día; y el festival ROBOT, casi 12 horas. Sin embargo, como hemos visto más arriba, solo una proporción reducida de este público disfruta del evento desde la apertura de puertas, sino que más bien, el evento se llena a partir de las 22h y especialmente a partir de la media noche.

expandido y difuso, repartido por múltiples espacios de la ciudad—, el festival puede asumir o no un despliegue logístico y de servicios mayor o menos. Esto también tiene que ver con la cantidad de horas seguidas que el público pasa en un mismo espacio o recinto, puesto que no es lo mismo echar a funcionar varios puntos de comida y bebida para hasta 1000 o 2000 personas de capacidad para un dos o tres horas, que para diez, doce o catorce horas de servicio. Sin embargo, en los eventos vitrina de la mayoría de festivales, casi siempre con un espacio principal de tipo recinto —como en el caso de ROBOT, MIRA o L.E.V.—, la infraestructura de estos espacios es mucho más compleja que ya todo el público disfrutará de esos servicios durante unas diez horas por cada jornada de programación del festival.

El último punto a tratar de la dimensión situada y presencial de los *festivalscapes* de este tipo de festivales en relación al público tiene que ver con el consumo de estupefacientes. En cualquier manual o monografía que revise la cultura de la música electrónica, es habitual encontrar una extensa referencia al consumo de estupefacientes como elemento identitario y hábito común en la cultura del baile. Durante el trabajo de campo y la observación participante se ha realizado un sondeo con una muestra de entre 20 y 50 usuarios durante los dos días principales de cada uno de los festivales visitados. Las consultas se han realizado a lo largo de todas las franjas horarias. En todos los casos, exceptuando el festival MMMAD de Madrid, el consumo de estupefacientes ha alcanzado una tasa del 20% sobre el total de la muestra sondeada. En los casos de los festivales MIRA, L.E.V. y ROBOT, la cifra ha superado el 30%. A continuación, se ilustra una cita del director del festival MIRA con respecto al paradigma del consumo de estupefaciente en contextos de música electrónica, festivales y la cultura del baile, aplicada al festival catalán:

Hay que equilibrar los contenidos porque si metes así cosas muy de techno más cañero, no tan experimental, clubbing duro y demás, el ambiente se enrarece mucho. Ya sabes de lo que te hablo. Depende de cómo programes a veces durante el evento tienes unos tipos de consumo u otros, y bueno, no trabajamos con eso directamente pero sí es verdad que se tiene en cuenta. Es verdad que hay mucha gente, un 20 o un 30% que viene más de fiesta, a bailar y todo eso. Pero nosotros nos debemos sobre todo al público que valora el resto de contenidos, tanto la parte musical más de vanguardia como todo el arte digital, las instalaciones y los

screenings. [...] Siempre intentamos que haya al menos 2 o 3 cosas como más cañeras, pero manteniendo un criterio, así como más emergente o de vanguardia digamos.

(I.MI.O.1)

Esta intervención refleja de forma evidente cómo el paradigma de los consumos entre el público festivalero, incluso en festivales como los EMDAF que no se autodefinen como eventos claramente lúdico-festivos, es algo fundamental para la organización, no solo a tener en cuenta, sino que se trata de un aspecto muy influyente a la hora de configurar el *festivalscape* en términos de contenido y programación. De forma similar, la dirección artística del festival Semibreve también percibe como un riesgo la posibilidad de incluir más contenidos enfocados a las escenas de electrónica emergente centrada en el baile y *clubbing*, en parte, también en relación a dichos hábitos de consumo:

Por otro lado, está el tema de la contaminación de públicos, que también notamos que podía ser peligrosa. [...] Luego también se crean ambientes diferentes, a veces como más contaminados [...] Otras veces nos pasaba que teníamos artistas muy fuertes en un espacio dedicado al baile, y sin embargo teníamos la sala principal medio vacía porque, aunque la gente había comprado tickets, se iba a bailar. Y es interesante e importante estimular y dialogar en equilibrio con esto. Y es difícil, porque nuestra identidad no es el baile. La cultura del baile está como complemento si quieres, para completar y enriquecer. Pero no es el centro de nuestro programa. Es importante, sí, también por cuestiones de números, para atraer gente. Hay gente que viene a descubrir, pero quizá, sin esas 3 horas de baile cada día no compraría el ticket, porque lo otro es demasiado freak o experimental.

(I.SE.L.R.1)

Sí exacto, el baile no es el focus del festival, funciona como un complemento más bien. Y bueno está bien, la gente desconecta un fin de semana, viene a Braga, algunos desde fuera de Portugal, y está bien que haya una programación de calidad también de electrónica de baile. Es parte del programa, eso sí.

Y por otro lado es importante ser conscientes de que la gente que viene a Braga y busca *clubbing*, es por el festival, por Semibreve. Entonces en este sentido, también,

incluso en la electrónica de baile, dialogamos mucho desde la innovación. Porque no programamos un dj de techno típico, sino algo más novedoso, arriesgado o experimental. Pero bueno, sigue siendo otra mirada del *clubbing* emergente.

(I.Semibreve.L.R.1)

En esta línea, podemos concluir que los EMDAF europeos, en su mayoría, se posicionan en lugar cercano a otros ambientes típicos de la cultura del baile, *clubbing* y música electrónica, donde una parte importante del público busca, consume y prioriza este tipo de contenidos. Esto se hace evidente, además de por la propia voluntad expresada por los diferentes organizadores y directores artísticos, en cómo se distribuye el público durante los eventos-vitrina de los festivales, más aún, teniendo en cuenta que los momentos de mayor afluencia suelen ser entre la media noche y las tres de la madrugada.

Sin embargo, existe la necesidad de investigar más en profundidad, de forma similar a cómo se ha indagado en la cultura rave de los años 90' y 2000' (ver Anderson & Kavanaugh, 2007; Reynolds, 2013), por ejemplo, desde las herramientas que propone la sociología de los consumos, cuáles son los hábitos y las prácticas con estupefacientes en la escena de festivales de música en Europa, y en especial, los de música electrónica.

En conclusión, en esta sección he caracterizado y analizado cómo son las experiencias de los públicos en los eventos-vitrina de los festivales estudiados, principalmente en torno a tres dimensiones clave, con el concepto de *festivalscape* como telón de fondo: los espacios —incluyendo también la relación del público con respecto a los servicios ofrecidos—, los horarios, con respecto a cómo se llena el evento y cuáles son los momentos de mayor afluencia —y cómo se relaciona esto con los contenidos ofrecidos—, los targets y tipos de público en los diferentes festivales —según edad y nacionalidad o procedencia— y el consumo de estupefacientes. Como aspecto particularmente reseñable, ha resultado el papel principal en los tipos de espacios —de descanso, para comer y beber, de tipo terraza— y servicios ofrecidos —normalmente al aire libre— un factor principal para que el público cultive de forma contagiosa un buen ambiente festivalero, ya que dedicará en muchos casos, más de una cuarta parte del tiempo que pasa en el evento cada día del festival. También ha resultado importante caracterizar

cómo funcionan las dinámicas de asistencia con respecto a los horarios y a los contenidos programados en dichas franjas de la tarde, noche y madrugada, destacando que, en la mayoría de los casos, encontramos una asistencia muy reducida durante las primeras dos o tres horas de programación.

A continuación, profundizo en los aspectos pertinentes a las infraestructuras, servicios y personal implicado; otro de los ingredientes fundamentales para un desarrollo exitoso del evento y por supuesto, también en términos de satisfacción y percepción por parte del público; por lo tanto, aspectos fundamentales de lo que conocemos por *festivalscape* y las dinámicas de la *event-experience* o *festival-experience* (De Geus et al., 2016; Morgan, 2008; Richards, 2019; ver también Reyes-Criado, 2023).

4.4. Infraestructuras materiales, servicios y personal.

Otro de los elementos definitorios del concepto *festivalscape* tiene que ver con las infraestructuras y los servicios del evento, no solo en términos materiales, sino incluyendo además todo el personal de información, hostelería, seguridad, limpieza, y técnico, entre otros. Sin ir más lejos, debemos imaginar que la imagen —a nivel de percepción por parte del público y comunidad de usuarios— de un festival no es igual cuando hay suficientes puntos de información, cuando no hay que esperar colas, con los horarios son correctos y las actividades empiezan con puntualidad, o cuando hay suficientes baños y están limpios; que cuando este tipo de servicios no se respetan o se ofrecen de forma desordenada y atropellada.

En las últimas décadas, la comunidad académica, originariamente desde los estudios STS (*Science and Technology Studies*) y cada vez más hacia los estudios sobre música popular y medios de comunicación, ha adoptado la “perspectiva infraestructural” como enfoque analítico para explorar y analizar la compleja intersección entre las prácticas mediáticas, la tecnología digital y las dinámicas de la sociedad hiperconectada actual (Magaudda, 2020; ver también Bennett & Rogers, 2016; Sterne, 2012). En este sentido, los últimos estudios a partir de la noción de infraestructura aplicada a las dinámicas de

la producción cultural, más concretamente a las escenas musicales locales en Australia, plantea una relación interdependiente entre las infraestructuras blandas —más humanas, flexibles, elásticas, dinámicas y emocionalmente arraigadas y conectadas con la escena en términos de contexto—, y las infraestructuras duras —aquellos espacios físicos, edificios, normalmente urbanos, que comprenden equipamientos técnicos, tanto humanos como materiales. De forma similar, la noción de *festivalscape*, si bien con un claro núcleo estético y en diálogo con aspectos como la identidad y originalidad de un determinado evento o festival, así como con la percepción y satisfacción que el público experimenta con dicho evento o festival, también integra parte de esta “perspectiva infraestructural”.

En la primera subsección de este capítulo analicé cuáles son y cómo funcionan los principales formatos de los EMDAF, cómo funcionan a partir contexto espacial, preferentemente urbano, teniendo sobre todo en cuenta el número de localizaciones y espacios usados, y el reparto de actividades según dichos espacios. ¿Pero qué encontramos cuando llegamos a estos espacios? ¿Cómo son estos eventos, qué vemos, escuchamos, olemos al llegar? ¿Tenemos zonas de descanso? ¿Debo caminar mucho para ir hasta los aseos cuándo estamos disfrutando de un concierto? ¿Puedo comprar una hamburguesa sin esperar mucho o me perderé parte de una actividad debido a las largas colas? ¿Puedo llevar bebida y comida? ¿Si voy con mochila o debo entrar el casco de la moto, hay un guardarropa seguro y controlado? A continuación, voy a examinar las infraestructuras, en términos materiales y humanos, que nos encontramos en los eventos-vitrina de los festivales estudiados.

Muchas de las preguntas anteriores solemos encontrarlas recopiladas y respondidas por la organización del festival en un apartado de su página web —o también publicadas en RRSS y comunicadas a través de los boletines de noticias a la comunidad de suscriptores— bajo el título *F.A.Q.* (“*Frequently Asked Questions*”), que en castellano traducimos como “preguntas frecuentes”. En este aspecto, por lo tanto, suele ser esta sección de F.A.Q. la que de manera pública cumple la función de caracterizar y describir el ambiente del festival, sobre todo en términos de espacios, servicios e infraestructuras ofrecidas.

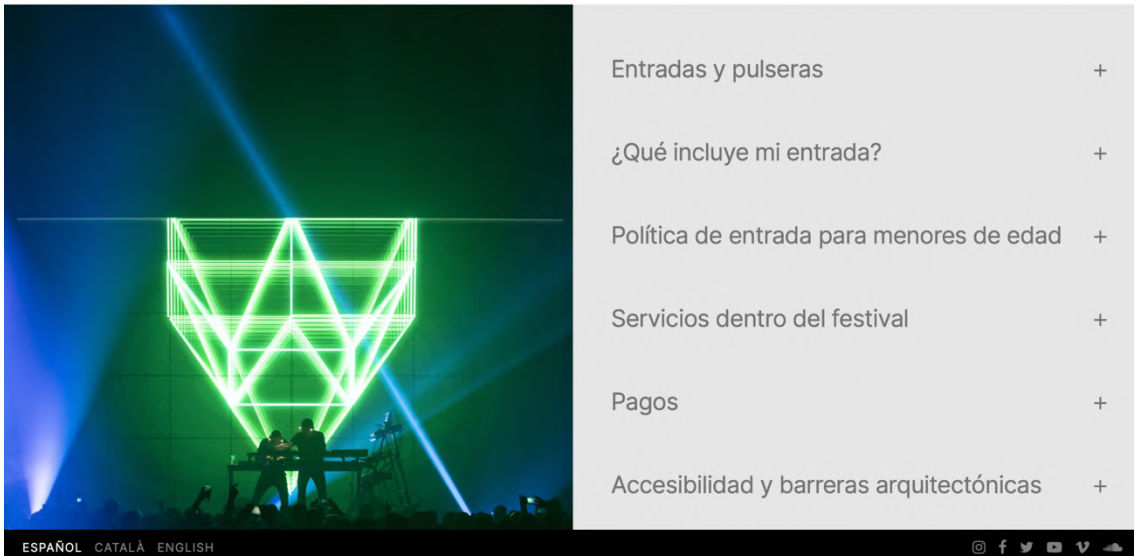


Figura 28. Imagen de la sección web “F.A.Q.” del festival MIRA. Fuente: <https://mirafestival.com/mira-digital-arts-festival-barcelona-faqs/>

A nivel de producción técnica y logística, por ejemplo, MIRA y ROBOT, que podemos considerar festivales medianos, requieren un despliegue de al menos 48-72 horas de montaje —y al menos 24h de desmontaje—, si bien viene determinado de las características específicas del espacio en concreto donde se desarrolla el evento. Otro factor fundamental en el despliegue logístico y técnico, depende también de la capacidad de trabajo del equipo de producción en relación al número de personas contratadas. Por ejemplo, si bien Semibreve es un festival bastante más reducido que MIRA o ROBOT, al ser mucha menos gente en el equipo y tener una naturaleza más *amateur*, los tiempos de montaje y preparación, precisamente al no contar con personal externo dedicado, son más diluidos y extendidos:

Vamos poco a poco, normalmente empezamos el lunes a preparar las primeras cosas. Pero simplificamos mucho, lo que pasa es que como somos pocos, pues empezamos con tiempo. Los shows más importantes son espacios que tienen su propio equipo y servicio técnico. Estamos como más en coordinación en ese aspecto, no tenemos que hacer gran cosa a nivel de producción. Y el resto de espacios no convencionales, sí llevamos toda la producción nosotros, pero ya has visto que no es muy complicado. Los instrumentos y cacharros del artista, un par de altavoces y subgraves de calidad, iluminación sencilla, y poco más. No nos gusta

acaparar, contaminar demasiados los espacios. En una sala negra o un teatro, un espacio escénico, que está pensado para eso pues sí. Pero en una iglesia, un monasterio... nos gusta ser discretos y respetuosos con la identidad propia de los espacios.

(I. Semibreve. L. 2)

Este año es todo así. Con el cambio de espacio es un cambio de mentalidad en cierto sentido. No podemos estar doce personas montando y preparando todo con cariño durante una semana, sino que tenemos que contratar a cuarenta personas para hacer todo cinco veces más rápido, porque pagamos más diez mil euros por cada día que ocupamos el espacio. Es otro rollo. También es un poco más grande todo, los escenarios también, los bares... hay más metros y ese espacio pues lo llenas. Tampoco hemos escatimado en las instalaciones, y aunque las montan los artistas en buena medida... son complejas. [...] Es una locura, empezamos con los *soundchecks* a las nueve de la mañana. [...] Y el desmontaje igual, el lunes tiene que estar todo recogido y limpio a las 8 de la mañana que entra otro equipo a trabajar.

(I. MIRA. A. 3)

La verdad es que tenemos mucha suerte con DumBO porque es un espacio de regeneración urbana pensado justo para esto, y somos como uña y carne un poco. DumBO tiene su propio equipo técnico que además es contratado por ROBOT, con lo cual conocemos perfectamente cómo funciona todo. Trabajamos bien aquí. [...] Normalmente comenzamos dos o tres días antes, el martes, depende de cada edición. Una vez que tenemos todo cerrado vemos la producción con los responsables de logística, transporte y montaje. Y se cierra todo con el servicio técnico, aunque ellos normalmente hasta el jueves no empiezan a trabajar. Lo que sí es que hay dos espacios y desdoblamos mucho ahí. Porque en Re Enzo es también al menos un día completo de producción y montaje, las 14 o 16 horas no te las quita nadie. Y en DumBO, que es el triple de grande, pues más o menos el doble, de tiempo y personal.

(I. ROBOT. A. 2)

Por lo tanto, uno de los aspectos fundamentales que marca las necesidades de personal y servicios depende de las dimensiones de los espacios. En consecuencia, mientras más grandes son los espacios, mayores son las necesidades en términos de infraestructuras y servicios, lo cual repercute en las necesidades de montaje y desmontaje, y por lo tanto, en las necesidades de personal para llevar a cabo dichas tareas. Por ejemplo, si el servicio técnico completo para un escenario pequeño —hasta 8 x 5 metros— cuesta 7000 euros por jornada, y de un mediano —hasta 12 x 6 metros— cuestan 9000 euros por jornada, el de uno grande y de alto rendimiento y últimas tecnologías —a partir de 15 x 10 metros— puede sumar fácilmente más de 15 000 euros por jornada. En materia de montaje y desmontaje de estructuras y equipamientos técnicos —entre 48h y 24h antes de comenzar el evento el viernes a las 16h de la tarde—, en la visita etnográfica al festival MIRA durante la edición de 2022 pude contar un total de medio centenar de persona trabajando. Si a esto le sumamos la seguridad y el equipo de responsables de hostelería y camareros, el festival MIRA contó con más de 120 personas trabajadoras, sin contar el elenco artístico. En este aspecto, la organización comenta lo siguiente:

Claro que se ha notado, mucha más gente currando. Bueno, gente, maquinaria, estructuras... ¿Tú has visto la que estamos montando? [risas]. Sobre todo por eso, porque en lugar de montar en 4 días o 1 semana y pico, y todo, así como muy casero, hay que ir en plan industria. Luego todo es más grande, hay más seguridad y más camareros. [...] En números, de memoria no sé exactamente, pero es casi un 30 o 40% más que otros años, además del alquiler del espacio que es un buen pico.

(FW. MIRA. O. 2)

Las dimensiones espaciales son un factor determinante de cara al diseño y montaje de infraestructuras materiales. Por ejemplo, como ha sucedido con el festival MIRA a partir de la edición 2022 y la consolidación del festival en el nuevo espacio de Fira Barcelona de Montjuic, al ampliar los espacios dedicados a los conciertos y las dimensiones de los escenarios, también se han requerido el montaje de una línea de dos torres de altavoces de *delay* para cubrir con la correcta presión sonora todo el espacio útil de pista de baile y corregir los márgenes de distorsión del sonido debido a las grandes dimensiones de los escenarios y las salas de baile. De forma similar sucede con los varios puntos de servicios, sobre todo de bebida. Por ejemplo, en el festival MIRA, a partir de la edición

de 2022, si bien el festival ha seguido manteniendo la misma afluencia de público, al ser los espacios mucho más grandes, la organización ha debido dotarlos de más servicios y y más puntos de bebida, vistiendo los espacios, «si no parece que está así como desnudo y no invita tanto a disfrutar del espacio ni a consumir».

Normalmente en la Fabra montábamos tres puntos de bar. Uno por cada escenario, aunque más pequeñitos, con menos aparataje sobre todo... y luego el de fuera con la comida. Este año, todos los puntos son más grandes, hemos puesto mucha atención en que no haya colas, y además tenemos un punto más, cuatro en total.

(I. MIRA. D. 1)



Figura 29. Espacio exterior del festival MIRA de Barcelona, el viernes a las 17.30h, en la edición de 2022. Fotografía del autor.

Con respecto a la zona de comida, ofrecida en la mayoría de ocasiones por diferentes negocios de restauración externos a la organización del festival, suele concentrarse en un mismo punto —normalmente en un espacio muy abierto con mesas y sillas en la zona central—, para que los usuarios puedan cotejar las diferentes ofertas y la variedad de productos:

El espacio está muy bien la verdad. Pensaba que había muchísimo espacio y ya ves, al final se ha quedado chico. La verdad que este año hay mil cosas, muchas opciones de comida, hay pocas colas. Llega un momento que a lo mejor te da igual perderte alguna movida, pero está bien que no haya muchas colas para la peña que viene a ver todo y le gusta perderse nada. Ostia, pero yo no sé cuánta gente viene este año, pero al final no hay sitio para comer sentado, aunque está muy bien, supongo que eso habría que ampliarlo. No sé, los baños están bien, hay suficientes más o menos.

(FN. MIRA. P. 3)



Figura 30. Espacio de descanso y participación CustomLab by Berskha en la edición 2022 del festival MIRA. Fuente: MIRA Festival, foto Alba Rupérez

Otro elemento importante del *festivalscape*, tal y como definen Mason y Paggiaro (2012), tiene que ver con los productos ofrecidos en el festival. Nos referimos a los servicios de restauración, a los productos promocionales oficiales del festival y *merchandising*, a menudo también a los discos, revistas, fanzines que encontramos de sellos discográficos, estudios de grabación o medios especializados, así como contenidos

promocionales de los patrocinadores, sobre todo de tecnologías de consumo y bebidas. En concreto, en la mayoría de festivales visitados, todos cuentan con un punto de venta y distribución de productos oficiales del festival, normalmente con camisetas y otras prendas de vestir y bolsas de tela —estos son los dos artículos más comunes—, además de a veces, la oferta de otros productos como tapones para los oídos, mecheros, gorras, etc. En muy pocos EMDAF, excepto por ejemplo los macro-festivales como Sónar, tienen otros puntos de venta y distribución de productos de otras compañías o negocios externos. De forma similar, no es habitual, al menos en la muestra realizada —excepto en el festival Sónar—, encontrar puntos de representación de patrocinadores con personal encargado de ofrecer material publicitario como obsequio o recuerdo entre el público asistente. Sin embargo, en otros festivales, que, a pesar de no haber entrado en la muestra de la investigación, pero encajan en la categorización y etiqueta de “*showcase festivals*” —principalmente del ámbito de la música en vivo—, sí solemos encontrar la presencia de editoriales de revistas y fanzines especializadas, sellos discográficos y similares.

Por otro lado, con respecto a los productos ofrecidos en el área de restauración y hostelería, los espacios y servicios ofrecidos dependen principalmente del aforo del evento y de la disponibilidad de espacios y zonas para albergar dicho despliegue logístico. En eventos-vitrina como por ejemplo en los festivales MIRA y Semibreve, de en torno a 7000 y 9000 personas de aforo en sus últimas ediciones, los espacios principales del evento —la Fira Barcelona Montjuic para el festival catalán y el espacio dumBO para el festival italiano— comprendían al menos 3 puntos de bar gestionado por la organización —de solo bebida— y al menos 3 puntos diferentes de comida. En el caso del festival catalán, durante las últimas ediciones, ha sorprendido el despliegue en términos de oferta gastronómica, con casi una decena de negocios con productos diferentes, principalmente de comida rápida o de la típica oferta festivalera —hamburguesas, pizzas, perritos calientes, frituras variadas, etc.—, pero «también de calidad. Está guay todas estas opciones porque pegan con el rollo festivalero, pero tampoco es algo así como muy guarro. Las pizzas están muy buenas y son con horno de piedra y no son congeladas, por ejemplo. Y el pulpito a la gallega está también espectacular. Si te fijas está lleno y la mitad de los puestos tienen cola. Yo creo que la gente lo agradece, ya no sé, no te conformas con cualquier cosa y no somos tampoco

unos chavales de 20 años. Se agradece comer algo bien en el ratito que descansas del musicón y lo suyo es que haya opciones, y ya ves, si hubiera más sitio para sentarse pues aún mejor.» (I. MI. PÚ. R. 1).

Es importante destacar que dichos servicios, tanto los puntos de bebida como los de comida —normalmente expositores de tipo mercadillo ambulante y sobre todo *foodtrucks*— son de funcionamiento exclusivo durante los dos o tres días de duración del evento del festival, por lo que el tipo de producto también está relativamente alineado y seleccionado en relación al ambiente y la identidad del festival —además de a las características de los diferentes tipos de público. Es decir, parece clave señalar en qué manera se relaciona el tipo de servicios y productos ofertados con el target de público o la edad media del público. Por ejemplo, se ha identificado una diferencia clara entre la oferta en restauración del festival asturiano L.E.V. —comida casera artesana, ecológica y de cercanía, con productos típicos o peculiaridades gastronómicas, con opciones veganas, sin gluten, ensaladas, etc.—, con respecto al festival catalán MIRA —productos más típicos de festival, principalmente de comida rápida como hamburguesas, pizzas, patatas fritas, perritos calientes y similar; lo cual tiene que ver también con las diferencias de edades en buena parte del público asistente.

Otro punto importante en la producción y diseño de la infraestructura material y espacial del evento-vitrina de este tipo de festivales es la manera en que se acomodan y decoran los espacios, creando áreas descanso y áreas acondicionadas para disfrutar de los servicios de comida y bebida del evento, zonas para sociabilizar tipo terrazas o incluso decoraciones y escenografías de gran formato, *photocalls*, etc. Concretamente, la gran mayoría de EMDAF, tienen en común las zonas de descanso al aire libre, aunque dependiendo de la magnitud del festival también encontramos, cada vez más, zonas algo más tranquilas, espacios cerrados, disponibles para los usuarios, enfocadas tanto al descanso como al *networking* o puntos inteligentes de información —zonas con wifi y mesas para trabajar, con enchufes, etc.

También es muy importante la decoración intangible, los efectos especiales y el diseño de iluminación, para generar una atmósfera visual y lumínica que vaya acorde al evento, o que, dependiendo de los espacios, estimule un tipo de uso más que otro. Muchos

eventos suelen contar con decoraciones de gran formato —tanto en formato corpóreo como proyectadas—, a menudo con el logotipo o isotipo del festival, lo que también invita a la participación del público con la marca del festival y con la creación de contenido para compartir en las RRSS de los usuarios. Además, es habitual encontrar una decoración lumínica festiva y cálida, sobre todo en la zona de servicios de comida y bebida, que complementa y contrasta con las salas donde se desarrollan los contenidos y se integran las instalaciones artísticas, con un carácter más tecnológico y normalmente con un ambiente más oscuro, tecnológico o misterioso.



Figura 31. Exteriores del Festival MIRA en la edición 2019. Fuente: MIRA Festival, foto Xarlene Visuals



Figura 32. Exteriores del Festival MIRA en la edición 2022. Fuente: Carina Santiago

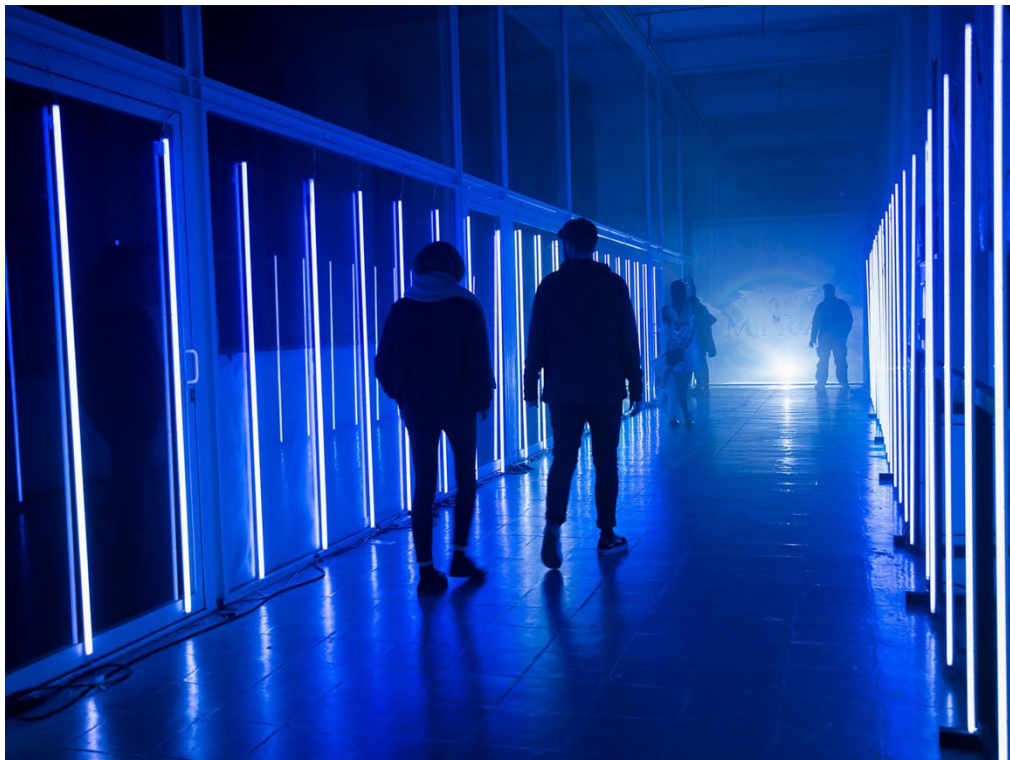


Figura 33. Diseño de iluminación en zonas de paso entre salas de proyección en la edición 2017 del MIRA Festival. Fuente: MIRA Festival, foto por Paloma Molina



Figura 34. Zonas exteriores y punto de bar en el MIRA Festival, en el espacio de Fabra i Coats. Fuente: MIRA Festival, foto por Xarlene Visuals.

Otro elemento clave de la noción de la “perspectiva infraestructural” aplicada a las dinámicas de la producción cultural, y también clave en la noción de *festivalscape* tiene que ver con las relaciones humanas entre el público asistente al evento y el personal que trabaja en este para facilitar que el evento sea una grata experiencia, idealmente, única y memorable. Normalmente, el personal está bastante equilibrado entre las áreas de bar —considerando personal contratado por la organización solo el área de bebida—, la producción y el servicio técnico de montaje —normalmente realizado por una empresa externa al festival, en algunos casos repartida con el equipo de producción del propio espacio—, y el personal de la organización o staff. Aunque también, dependiendo de la magnitud del evento, la seguridad —y la limpieza de los baños— una posición prominente en cuanto a totalidad de personal externo contratado. En términos cuantitativos, tal y como vemos en la tabla de abajo, la producción de eventos-vitrina medianos como los de MIRA o ROBOT, de entorno a 7000-1000 personas de público, superan por algunas decenas el centenar de personas trabajando durante los dos o tres días del evento.

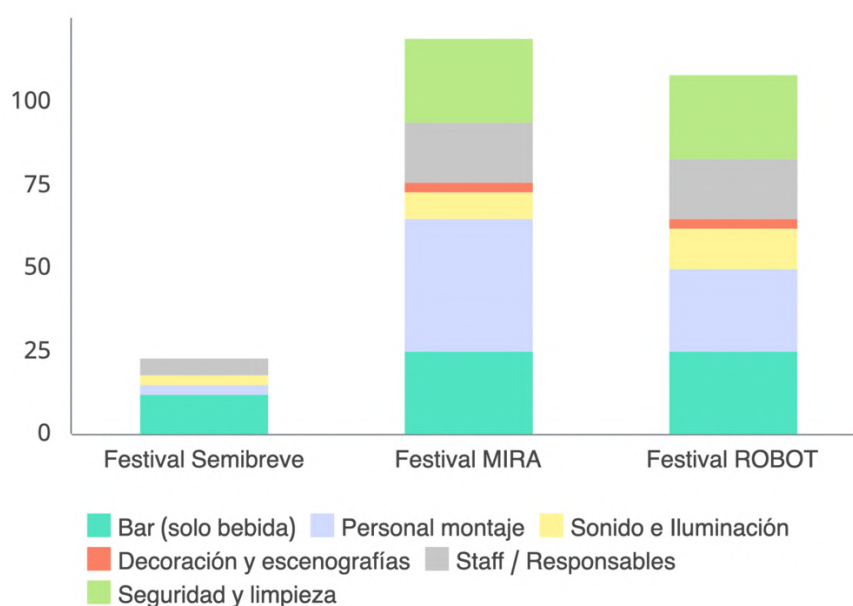


Figura 35. Distribución del personal según funciones y áreas de trabajo en los festivales Semibreve, MIRA y ROBOT, en la edición 2022. Fuente: datos facilitados por las organizaciones durante trabajo de campo y entrevistas.

Sin embargo, refiriéndonos al núcleo motriz del festival, es decir, lo que conocemos comúnmente como “organización”, exceptuando festivales pequeños como Semibreve, el staff activo en el evento-vitrina¹⁹, suele estar compuesto de entre una y tres personas por cada espacio donde se desarrollan actividades. Normalmente, al menos una persona responsable de producción y otra para escenario. A veces encontramos además una persona encargada de la hospitalidad y la recepción de los artistas para cada uno de los espacios —especialmente si se usan camerinos diferentes y los escenarios están muy separados entre sí—, además una persona responsable del equipo de voluntariado —cuando lo hay. Además, suele haber un equipo de fotografía y video, de entre dos y cuatro personas, dependiendo de la magnitud del evento. Por último, tenemos a las personas responsables de la organización del festival, al equipo motriz, promotor del evento, que suele consistir en un jefe de producción, un jefe de seguridad y un responsable de logística, además de la dirección artística y dirección general del festival, que normalmente, durante el evento, congelan estas funciones para dedicar toda la atención en materia de relaciones públicas, institucionales y *networking*. Es resumen,

¹⁹ Hay que señalar que una parte del equipo motriz del festival no trabaja durante el evento, como por ejemplo el área de comunicación y dirección, cuyas funciones durante el festival están más bien enfocadas a las relaciones públicas y la recepción de artistas, prensa y profesionales del sector.

excepto festivales pequeños como Semibreve, normalmente el staff o la organización interna del evento-vitrina suele estar compuesto de entre 10 y hasta 16 o 18 personas, contando el equipo-motriz que a menudo conocemos como la dirección del festival.

En el primer capítulo de esta tesis doctoral he analizado la dimensión organizativa interna de este tipo de festivales, introduciendo la típica estructura de núcleo-motriz con liderazgo compartido y jerarquía capilar en la que se basan este tipo de festivales. Hemos visto cómo, en la mayoría de los casos, el impulso motor de un festival, también de festivales medianos como ROBOT o MIRA, con presupuestos más elevados y una trayectoria internacional importante, recae normalmente sobre dos, tres o cuatro personas. Sin embargo, si pensamos en el personal involucrado en el desarrollo del gran evento-vitrina, normalmente de tres o cuatro días de duración, a menudo, la cifra de trabajadores supera el centenar. Además, muchos festivales, como en el caso de ROBOT, cuentan con la colaboración de casi medio centenar de voluntarios:

Yo creo que es muy positivo para todos. El público está mejor acompañado, puede tener información válida en todo momento. A la organización nos ayuda mucho a gestionar tareas concretas, por ejemplo, limitar el paso de alguna zona, dependiendo del espacio, acompañar a la gente o dar informaciones precisas sobre espacios u horarios. Ellos aprenden, hacen contactos también, además de disfrutar de un abono completo para el festival y tener la posibilidad de trabajar con nosotros el próximo año.

(I. ROBOT. V.1)

En conclusión, en esta última sección hemos revisado cómo se configuran los *festivalscapes* a partir de las infraestructuras materiales y humanas que hacen posible el desarrollo exitoso de los eventos-vitrina de los EMDAF. Se ha señalado en qué manera, estratégicamente, los festivales caracterizan de forma pública a través de las llamadas F.A.Q. sus eventos en términos de descripción de los espacios y servicios ofertados. También hemos analizado cómo influye las dimensiones del evento en relación a las necesidades de producción técnica y logística, particularmente a través del festival MIRA, que, manteniendo un aforo similar, ha aumentado y crecido sus infraestructuras materiales y espaciales a partir del cambio de espacio a Fira Barcelona Montjuic a partir

de la edición de 2022. Se ha señalado cómo aspecto fundamental del *festivalscape* la variedad de productos y servicios ofrecidos, desde la misma comida y bebida, hasta los productos de promoción corporativa y *merchandising*. He explicado y caracterizado cómo los EMDAF suelen configurar los espacios en términos de ambientación y decoración, poniendo particularmente el énfasis en los espacios abiertos de tipo terraza o aspectos como los diferentes tipos de iluminación. Por último, he analizado la naturaleza organizativa en términos de personal como parte de la infraestructura que configura el *festivalscape* de estos eventos-vitrina.

CONCLUSIONES

Este extenso capítulo aborda los primeros objetivos de esta investigación, categorizando, definiendo y analizando qué y cómo son, cómo funcionan y por qué son característicos los eventos-vitrina de los EMDAF. En términos de fundamentación teórica y justificación analítica, este capítulo recoge el estudio de la dimensión estética, situada y material de los EMDAF desde el enfoque tradicional del concepto de *festivalscape*, es decir, el ambiente, la atmósfera y la dimensión espacio-temporal, performativa, presencial y física, en la que se desarrollan estos eventos-vitrina. En la primera sección caracterizo, describo y analizo cómo son los tipos de formatos y espacios que encontramos en los EMDAF. En la segunda sección abordo los tipos de contenido, analizando las propias estéticas y en las propuestas artísticas. En la tercera sección pondré la atención en el público, en los tipos de experiencias, hábitos relacionales y de consumo que encontramos en este tipo de festivales. Al final del capítulo abordo otros puntos clave del evento como los tipos de servicios, la importancia del personal, la gestión logística, residuos, movilidad, etc.

En términos de material empírico, durante este capítulo me centro principalmente en los tres casos de estudio, para elaborar una perspectiva combinada y comparada (Stake, 2005; 2010) concluyendo los puntos en común y diferencias entre los tres, analizando así el carácter, identidad y funcionamiento de los EMDAF del sur de Europa en relación

a los *festivalscape* que ponen en práctica a partir de sus eventos-vitrina (Reyes-Criado, 2023).

Para el análisis de los espacios y diferentes tipos de formatos, he caracterizado, explicado y comparado cómo son los festivales Semibreve, MIRA y ROBOT a nivel de dimensión espacial y situada. Excepto pocos casos —como el festival Semibreve de Braga—, no hay un formato neto y completamente definido. Sin embargo, la mayoría de festivales configuran su estrategia a partir de dos modelos principales de formato: por un lado, el formato multi-situado y expandido por la ciudad —como por ejemplo el festival Semibreve de Braga—; por otro lado, el formato concentrado de tipo recinto —como el festival MIRA de Barcelona.

En otras palabras, los festivales de música electrónica y artes digitales (EMDAF), a diferencia con otros tipos de festivales de artes digitales, construyen su identidad a partir de un particular balance entre diferentes disciplinas, formatos y experiencias, priorizando las derivadas de la electrónica y la Electronic Dance Music Culture (EDMC) frente a otras prácticas más relacionadas y centradas en el ámbito del "arte digital" (véase Paul, 2016) y new media art (Quaranta, 2010). Este es por ejemplo el caso del festival portugués Semibreve.

Sin embargo, hemos visto como festivales como MIRA —Y también L.E.V.—, apuestan de forma mucho más importante por lo visual, las instalaciones artísticas y otros contenidos más emergentes del campo de la creatividad digital y las artes digitales; o festivales como ROBOT —y también L.E.V.—, le dan un papel más importante a las actividades de divulgación y educación, tanto para adultos como para público infantil.

En relación al análisis de la dimensión estética centrada en los contenidos, tras una revisión de conceptos clave como el acuñado por Simon Rynolds para explicar las estéticas emergentes en la escena de festivales EMDAF en Europa —*conceptronica*— ha sido fundamental prestar mucha atención a cómo los propios festivales han clasificado, categorizado o etiquetado los diferentes tipos de contenidos. Uno de los resultados evidentes tras el análisis de la programación de los tres casos de estudio, es que, en todos los casos, la música es la disciplina y lenguaje principal. Sin embargo,

dependiendo del festival, los contenidos musicales se pueden clasificar y categorizar simplemente como conciertos o también podemos encontrar hasta 3 o 4 etiquetas diferentes para dichos contenidos musicales —*djsets*, *live*, *live A/V*, etc—. Específicamente, es importante identificar que el marco estético y estilístico de la mayoría de propuestas musicales en estos festivales viene derivada de la Electronic Dance Music Culture, pero con una identidad más avanzada, emergente y experimental, a menudo en clara sintonía e influencia de la música electrónica culta o académica que nació con las neovanguardias, donde prima la expresión artística, el concepto, la investigación o la licencia poética por encima de objetivos directamente relacionados con la pista de baile. En este sentido, hemos analizado también el uso de descriptores y términos que ayudan a describir y categorizar los usos y las prácticas expresivas que encontramos en las programaciones de estos eventos-vitrina. Otro resultado interesante ha emergido de analizar cómo dialogan los contenidos en relación a los horarios en los que son programados o con las dinámicas de asistencia y número de participantes, cómo se reparte los diferentes tipos de contenidos en términos cuantitativos y qué peso tienen los diferentes tipos de contenido en el diseño presupuestario del festival.

El ámbito de las audiencias y las experiencias, la percepción e interacción del público en y con el evento, lo que conocemos como *event-experience* o *festival-experience* (De Geus et al., 2016; Morgan, 2008; Richards, 2019; ver también Reyes-Criado, 2023), lo he analizado en relación a tres aspectos clave: los espacios —incluyendo también la relación del público con respecto a los servicios ofrecidos—, los horarios, con respecto a cómo se llena el evento y cuáles son los momentos de mayor afluencia —y cómo se relaciona esto con los contenidos ofrecidos—, los *targets* y tipos de público en los diferentes festivales —según edad y nacionalidad o procedencia— y el consumo de estupefacientes. De particular interés ha sido conocer cuánto tiempo dedican los visitantes a cada tipo de experiencia o hábito, destacando que en torno a un 20% del tiempo total en el evento lo gastan en las zonas exteriores dedicadas a servicios de restauración y hostelería con zonas de descanso; o que en la mayoría de los casos, las dos primeras funciones —conciertos, *djsets* o *livesets* normalmente— de estos eventos suelen desarrollarse con muy poco público ya que estos eventos alcanzan solo la mitad de su aforo a partir de las 20h y se llenan a partir de las 22h o incluso la medianoche.

Por último, en relación a las infraestructuras, la dimensión material y el personal, he identificado una herramienta comunicativa y pública que ayuda a caracterizar y describir el evento-vitrina desde una perspectiva infraestructural, que aborda los servicios ofertados, así como una serie de detalles que describen qué encontrará el público al llegar al recinto del festival: las llamadas F.A.Q. Por otro lado, hay que subrayar que uno de los factores determinantes a la hora del desarrollo de las infraestructuras —materiales y humanas— depende de la escala y de las propias dimensiones espaciales del evento, además de los requerimientos específicos del propio espacio. Llama la atención, que el festival MIRA de Barcelona, con la misma cantidad de público asistente que en años anterior, en 2022, haya aumentado en más de un 30% los costes de producción del evento, en parte, debido a que el ritmo de montaje y desmontaje debe ser mucho más frenético, por lo que deben contar con el triple de personal, además de los costes de alquiler y uso del espacio en Fira Barcelona Montjuic. Se ha señalado cómo otro aspecto fundamental del *festivalscape* es la variedad de productos y servicios ofrecidos, desde la misma comida y bebida, hasta los productos de promoción corporativa y *merchandising*. He explicado y caracterizado cómo los EMDAF suelen configurar los espacios en términos de ambientación y decoración, poniendo particularmente el énfasis en los espacios abiertos de tipo terraza o aspectos como los diferentes tipos de iluminación. Por último, he analizo la importancia y distribución del personal, según las áreas de trabajo y cada uno de los festivales estudiados.

Tras haber conocido y analizado en profundidad cómo son y cómo se desarrollan los eventos-vitrina de estos festivales, desde una perspectiva estética y situada, en el siguiente capítulo continúo analizando la infraestructura humana. Por lo tanto, si durante este capítulo nos hemos concentrado en una interpretación tradicional del festival entendido como evento situado y de corta duración, en el siguiente capítulo, abordo la actividad del festival a lo largo del año analizando sus formas y estructuras organizativas internas, entendido como actor social y como organización dedicada a la producción cultural, particularmente en los campos de la música electrónica y la creatividad digital.

CAPÍTULO 5

LA DIMENSIÓN ORGANIZATIVA INTERNA

Una percepción muy compartida entre los directores, responsables de producción o equipos directivos de la mayoría de los festivales de música electrónica y artes digitales a los que me he podido acercar gracias a este proyecto de investigación, es que «el arte de realizar un festival con éxito es algo que solo se aprende haciéndolo, a base de errores, sobre el terreno, en el campo» (I.RO.Fr.1). «No hay una especie de libro blanco, una guía que aborde el estado del arte de los festivales, cómo funcionan, qué hay que evitar, qué hay que perseguir y sobre todo, cómo hay que hacerlo» (I.Otr.CCI.1).

«Festivales así, como nosotros, que no son de música mainstream y que no mueven a decenas de miles de personas, es difícil, porque todo nace desde abajo y entre muy pocas personas. Puedes estudiar event management pero todo es muy técnico y si te soy sincero, aunque está bien tenerlo presente, se escapa de la realidad. Ningún festival pequeño cuenta con un equipo de dos o tres personas dedicadas a la eficiencia administrativa. La realidad no es tan bonita. Cuando estás tú, y dos o tres personas más para arrancar con todo, un pequeño núcleo-motriz... ¿cómo se hace? Y lo mejor de todo esto es que no hay secretos, que aunque hubiera un manual de uso, hay que aprenderlo sobre la marcha, en base a la experiencia, ensayo y error»

(I.Otr.CCI.1).

Durante el capítulo anterior he abordado las primeras cuestiones de esta investigación, explicando y analizando cómo son y cómo funcionan los EMDAF, entendidos como eventos de corta duración, es decir, estudiándolos a partir de su dimensión situada, presencial, espacial y performativa. Retomando el marco definitorio que he construido

para abordar esta investigación, entiendo los EMDAF no solo como eventos-vitrina, sino como estructuras organizativas permanentes y estables, activas durante todo el año. En este sentido, los EMDAF, dialogan para con el campo cultural y artístico en el cohabitan a partir de sus prácticas y estructuras sociales, en relación con otros agentes del sector, con otras instituciones, con la comunidad de público, con el público (fiel) y el público potencial, etc; es decir, existiendo como entidades, como instituciones, como organizaciones.

Para abordar el análisis de los EMDAF como estructuras organizativas permanentes, —desde una perspectiva principalmente estructural, organizativa e institucional— he articulado dos capítulos: el primero dedicado al análisis de las formas organizativas internas y el segundo dedicado a las relaciones e interacciones que estos festivales cultivan con el ecosistema de actores y agentes, organizaciones e instituciones en el que cohabitan.

A partir de las coordenadas que he marcado en el capítulo dedicado a la metodología y al diseño de la investigación, a través de los enfoques analíticos y los conceptos clave fundamentados capítulo dedicado al marco teórico y diseño conceptual de la investigación, a continuación, presentaré el análisis de la dimensión organizativa interna de los EMDAF en el sur de Europa, a través de los tres casos de estudio —Semibreve, MIRA y ROBOT—, desde una perspectiva combinada y comparativa.

Para comprender el *milieux* organizativo de cualquier festival contemporáneo consolidado, dedicado a las artes digitales y la música electrónica, debemos comprender qué es el *núcleo-motriz* y cómo funciona; para posteriormente, comprender el *modus operandi* del festival a partir de este núcleo-motriz y de las tres áreas de acción comunes a todos los EMDAF: la dirección, la producción y la comunicación. Sin embargo, también voy a subrayar otras formas organizativas específicas de los EMDAF: la jerarquía piramidal compatible con el liderazgo colectivo y compartido, los ritmos de trabajo, y las otras áreas de trabajo fundamentales en estos formatos culturales desarrollados a partir del formato evento: la hospitalidad y la seguridad, así como el papel fundamental del voluntariado.

En términos de fundamentación teórica y justificación analítica, este capítulo recoge el estudio de la dimensión organizativa y estructural de los EMDAF con la perspectiva de la producción cultural y las seis facetas de la producción cultural como principal marco de referencia (DiMaggio, 2000; Peterson, 1976, 1994, 2000; Peterson & Anand, 2004; ver también Anand, 2000; Dowd, 2007; Reyes-Criado; Santoro, 2008). Es importante tener presente que este capítulo está dedicado al contexto estructural que favorece o dificulta las dinámicas de la producción cultural para el caso específico de los festivales estudiados, pero desde una perspectiva interna, desde dentro, por ello, este capítulo aún no trabaja con la dimensión relacional e institucional —con conceptos como campos organizacionales y la teoría neo-institucionalista— como marco teórico de referencia directa. En este sentido, el foco de análisis en este capítulo está puesto en: el núcleo-motriz, es decir, el pequeño equipo de personas que promueven y dirigen el festival; a las formas de organización y estructuración de los equipos —dirección, producción y comunicación—; los ritmos de trabajo de dicho equipo motriz; hacia el resto de infraestructura humana y personal presente en la organización; el voluntariado.

En términos de material empírico, durante este capítulo me centro principalmente en los tres casos de estudio, para elaborar una perspectiva combinada y comparada (Stake, 2005; 2010). Concretamente, en este capítulo tienen un especial protagonismo las entrevistas, tanto las semi-estructuradas en profundidad a los directores o equipos de dirección de los estudios de caso, como las semi-estructuradas de menor duración, realizadas a cada uno de los responsables de área de cada uno de los festivales estudiados.

5.1. El núcleo-motriz

Un aspecto clave de la perspectiva de la producción cultural y las seis facetas de la producción cultural versa en las estructuras organizativas y las carreras y perfiles profesionales que facilitan el desarrollo e interacción con ciertos productos o dinámicas culturales (ver Anand, 2000; Dowd, 2007; Peterson, 1994; Peterson & Anand, 2004; Santoro, 2008). De esta manera, las formas de trabajar, el *background* y la experiencia

profesional de los miembros de equipo de personas que organizan un festival son clave; puesto que «en combinación y de forma interdependiente, constriñen o facilitan el desarrollo de ciertos productos, estéticas, prácticas o dispositivos culturales, pudiendo alterar la estructura estética de una expresión cultural» (Peterson & Anand, 2004: 313). Si bien también es clave atender y analizar de forma exhaustiva las infraestructuras y contextos estructurales, organizativos, institucionales, económicos —es decir, externos—, para comprender cómo un festival funciona hacia fuera, resulta esencial analizar cómo funciona desde dentro.

El núcleo de cualquier entidad, cualquier proyecto u organización, es esa persona clave o, normalmente, ese pequeño grupo de personas clave, fundamentales para que todo el resto funcione; el componente central, principal y esencial de dicho proyecto, entidad u organización. Motriz es un adjetivo que nos indica la capacidad de generar movimiento.

A menudo, coloquialmente, solemos hablar utilizar los términos “promotores” o “directores” para referirnos a este grupo de dos, tres o cuatro personas que idean, proponen, proyectan y dirigen el desarrollo de un determinado festival. Sin embargo, técnicamente, en un contexto de producción cultural como el que aquí nos ocupa, el término promotor o *promoter* —en inglés— se asocia principalmente la producción ejecutiva, es decir, a la planificación, gestión y administración en términos financieros y presupuestarios; y por otro lado, el término director, se puede asociar fácilmente a la dirección artística, es decir, a la proyectación de la idea y del concepto que fundamenta la identidad y autenticidad de un determinado festival. En esta línea, el término de núcleo-motriz, emergente del trabajo de campo y habitual en el sector profesional, capta la dimensión de liderazgo colectivo y compartido, el carácter de grupo y equipo y perfil multidisciplinar, el trabajo horizontal y *multi-tasking* (ver Tarassi, 2017), colaborativo y acumulativo, desde el que nacen y se consolidan la gran mayoría de EMDAF. Otros de los términos que han utilizado los profesionales entrevistados durante la investigación, que recogen la perspectiva y naturaleza conceptual de la noción de “núcleo-motriz” han sido: “*core-team*”, “equipo-principal”, “núcleo-motor”, “equipo-motor”. Por lo tanto, ha resultado necesario recoger la noción que más se ajusta a la naturaleza organizativa de los EMDAF, y emplearla en el contexto analítico de la investigación; puesto que son términos consolidados y compartidos por la mayoría de los festivales analizados:

Arriba del todo están los directivos digamos. La estructura organizativa es bastante capilar. Todo nace de un pequeño grupo de cuatro personas en realidad. Andrea Giotti, Marco Ligurgo, Francesco Salizzoni e Antonio Puglisi, ellos fundaron ROBOT y la asociación Shape. Y de este núcleo motriz se estructura el equipo como si fuera una cascada, de forma ramificada. Andrea Giotti ha llevado siempre producción general y administración. Marco Ligurgo la dirección artística. Antonio Puglisi la comunicación. Y Francesco Silizzoni la seguridad y la producción.

(I.RO.Fe.1)

En este contexto, cuando hablamos de núcleo-motriz de un determinado festival, nos referimos a ese pequeño grupo de personas, imprescindible para que suceda dicho festival. Dicho de otra manera, el núcleo-motriz es el primer paso y la primera necesidad y condición, en la mayoría de los casos, para que se funde y nazca un determinado festivales de música electrónica y artes digitales: un grupo de personas que, tras consensuar y compartir la idea del festival de forma colectiva, comienza a codiseñar, activar, dirigir, coordinar y supervisar el progresivo desarrollo del ecosistema de discursos, contenidos y formatos —de significados y significantes— que articulan la identidad y autenticidad por la que es reconocido un determinado festival, a saber, el *festivalscape*.

Esta noción de núcleo-motriz es fundamental para comprender los EMDAF puesto que la gran mayoría de ellos surgen como iniciativas independientes, es decir, no nacen como propuestas provenientes de agendas culturales institucionales ni como encargos de un determinado ayuntamiento u otra institución —como a menudo sí lo hacen otro tipo de festivales contemporáneos, por ejemplo, de cine, teatro, música clásica o poesía. Más específicamente, los EMDAF, en la mayoría de los casos, nacen gracias al impulso de un pequeño grupo de personas estrechamente relacionadas con los campos de la música electrónica y/o las artes visuales. De hecho, el núcleo-motriz de un EMDAF debe aglutinar normalmente al menos una persona por cada una de las tres áreas de trabajo principales de un festival: *producción, dirección artística y comunicación*.

Nosotros no somos profesionales de SEMIBREVE, en el sentido que el espíritu que hay detrás es *amateur*. Lo hacemos de forma profesional, porque somos profesionales del sector y hacemos las cosas más o menos bien, con calidad, pero no es nuestro trabajo a tiempo completo.

(I.SE.IIi.1)

Debido a la naturaleza independiente y emergente de los EMDAF —al no surgir de propuestas institucionales soportadas por una estructura organizativa y un plan estratégico y de financiación consolidado— es necesario que dicho núcleo-motriz desarrolle y ejecute en buena parte estas tres áreas de trabajo por cuenta propia, esto es, sin depender de importantes y costosas contrataciones a terceros, al menos para la fase de concepción y puesta en marcha de las primeras ediciones del festival. De hecho, lo normal es que el núcleo-motriz de este tipo de festivales esté formado por profesionales vinculados al campo de la música electrónica o las *new media arts*, audiovisual y artes digitales, la comunicación y el marketing digital; o además, al campo turismo, ocio y eventos, así como a la administración y gestión de empresas o a la informática y al desarrollo e implementación de últimas tecnologías.

En el festival SEMIBREVE, dos de los cuatro miembros del núcleo-motriz se dedican profesionalmente al sector del turismo y el patrimonio, y uno de ellos al sector de la informática y la comunicación digital. Solamente su director, Luis Fernandes, trabaja como profesional de la cultura, en este caso, como director artístico para el centro *gnration* y comisario o director de contenidos para diferentes proyectos o programas culturales, tanto municipales como privados —como por ejemplo la Bienal de Arte y Tecnología Index o la programación de música contemporánea en el Teatro Circo.

En el festival MIRA, Oriol Pastor —director general y principal impulsor y fundador del festival— proviene del campo económico y la gestión de empresas. Marc Gomariz —co-director del festival MIRA— es abogado y además se dedica profesionalmente a la asesoría y dirección general de festivales y otros formatos de eventos culturales, así como al comisariado de contenido musical y audiovisual para organizaciones corporativas y fundaciones. Siguiendo con MIRA, el equipo motriz cuenta también con un director de contenidos musicales o responsable de booking, en este caso, profesional

en la industria musical y como programador residente de la Sala Razzmatazz —uno de los clubes de música más importantes de Barcelona— y agente de *booking* independiente; con una comisaria independiente, responsable de contenidos audiovisuales e instalaciones artísticas, así como las video-proyecciones a 360º para el domo. Además, si bien en festival pequeños como Semibreve, debido también a la naturaleza y especificidades de los espacios en los que se desarrolla el festival portugués, el festival MIRA cuenta con un jefe de producción técnica.

Por último, en el festival ROBOT, también encontramos la figura del profesional de la administración y la gestión de empresas, en este caso, por partida doble: Andrea Giotti y Marco Ligurgo. También encontramos un informático dedicado al desarrollo de productos digitales —Francesco Salizzoni—, un experto en comunicación digital —Toni Puglisi—. Además, tres figuras importantes en el desarrollo del festival ROBOT, se dedican profesionalmente al campo del comisariado artístico focalizado en lo audiovisual y la cultura digital: Elisa Trento, Federica Patti y Marcella Loconte.

Sin embargo, además de estos perfiles profesionales afines a la naturaleza de estos festivales, un ingrediente esencial y común a todas las personas implicadas en los equipos motores de este tipo de festivales es la pasión por la música electrónica, tanto de baile, como en sus facetas más experimentales.

Comenzamos siendo compañeros de clubbing underground hace más de 20 años, en garitos y antros como se suele decir. Aunque bueno, el underground es fundamental porque es allí donde primero aparecen las nuevas manifestaciones. Comenzamos poco a poco a organizar pequeñas fiestas y poco a poco fuimos cogiendo estructura y visibilidad, así que decidimos fundar una asociación cultural, Shape, en 2002. Empezamos a ser conscientes de que estábamos haciendo algo más que fiestas sin ton ni son, estábamos produciendo cultura y estimulando la escena de la cultura electrónica en Bologna.

(I.RO.Fr.1)

Semibreve nace como punto en común del gusto y la curiosidad por la música electrónica experimental de cuatro amigos, que fueron los que fundaron el festival y han mantenido la organización: Rafael, Miguel, Tiago y yo [Luis]. De esas 4

personas, 3 eran y seguimos siendo músicos también, por tanto... siempre ha habido una sensibilidad especial por la práctica y experimentación artística en el ADN del proyecto, especialmente por la electrónica experimental.

(I.SE.Lu.1).

Cuando estaba aquí, ya en Barcelona pinchaba en sitios, y más tarde continué pinchando en Berlín. Siempre echaba de menos esa parte más audiovisual, más artística. En los años 2000, los clubes eran sitios oscuros y la parte visual no estaba prácticamente presente. Así que me volví a Barcelona con eso en mente, cómo incentivar que los artistas visuales que estaban haciendo arte visual digital integraran su producción en los clubes de electrónica. Y así vino la idea del festival.

(I.MI.Or.1).

En resumen, hay que subrayar la importancia del término núcleo-motriz como categoría o descriptor clave compartido por los profesionales del sector, y además porque nos ilustra ese sentido de pequeño equipo que pone en movimiento el engranaje para hacer posible el festival. Por otro lado, también nos conduce a señalar la naturaleza independiente de los EMDAF —en lugar de ser propuestas impulsadas por instituciones como sí sucede con otro tipo de festivales—, que precisamente nacen y se consolidan gracias a ese pequeño grupo de personas. Como hemos visto, en la mayoría de ocasiones un núcleo-motriz suele estar compuesto por 3 o 4 personas, las principales responsables de las tres áreas de trabajo principales del festival —dirección, producción y comunicación. A continuación, abordo un nivel clave en las dinámicas de la producción cultural: las estructuras organizativas de las propias entidades dedicadas a producir —también distribuir, idear, proyectar, desarrollar— objetos y experiencias culturales (ver Peterson & Anand, 2004). Vamos a analizar cómo se estructuran estos equipos de personas en los festivales analizados, cómo son sus hábitos de trabajo y cómo se relaciona cada figura profesional con el resto del equipo.

5.2. Entre jerarquías piramidales y liderazgo colectivo y compartido

Los festivales estudiados a lo largo de este proyecto de investigación comparten una estructura organizativa de jerarquía piramidal encabezada por el núcleo-motriz. En términos generales, todos los EMDAF estudiados en esta investigación cuentan con un equipo líder, normalmente de entre 2 y 4 o 5 personas, que trabajan para el festival más o menos todo el año —si bien no siempre encontramos equipos profesionalizados. Por ejemplo, en Semibreve encontramos 4 personas, en el festival MIRA otras 5 personas, y el festival ROBOT, otras 5 personas. Algunas de estas personas trabajan, o bien por cuenta propia o bien contratadas por la organización que organiza el festival —que a veces consiste en una sociedad, otras en cooperativa y muchas en asociación cultural—, pero en otras ocasiones, las funciones que desarrollan algunos miembros del equipo son en régimen de voluntariado. Conforme se va acercando la fecha del gran evento-vitrina, a veces tres, cuatro o cinco meses antes, el núcleo motriz se expande y comienzan a formarse equipos o comisiones con más personal. Sobre todo, notamos mucho esta expansión del equipo en el área de comunicación: si bien suele haber solo una persona responsable, en fase de diseño —diseño gráfico, creación de contenido, etc.— y desarrollo de la campaña de comunicación —gestión de redes sociales, newsletters, web, etc.— el equipo llega a contar con hasta 3 o 4 profesionales. Un departamento que llegará a contar con hasta 6 personas durante el desarrollo del evento-vitrina, contando el equipo de fotografía y video.

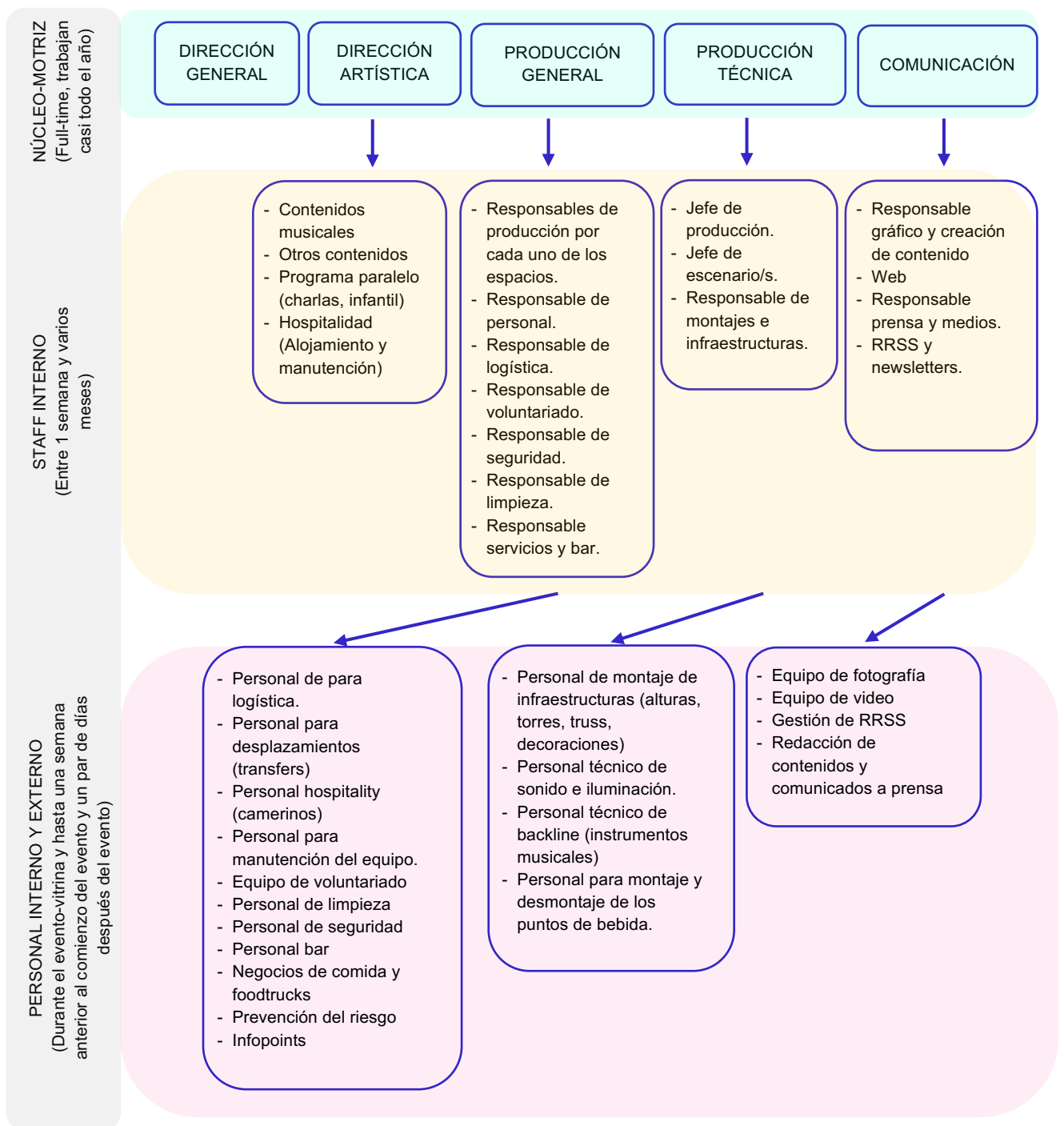


Figura 36. Organigrama de la estructura organizativa y departamentos de trabajo habituales en los EMDAF. Elaboración propia.

Por lo tanto, esto plantea una clara estructura capilar y ramificada, de carácter vertical, que tiene también mucho que ver con las fases del calendario de producción a lo largo del año, creciendo conforme se acercan las fechas del gran evento-vitrina

—especialmente a partir de los 3 meses previos, y de forma extrema durante los 10 días previos al evento—.

Sin embargo, en parte debido a la naturaleza independiente y orgánica que originan el nacimiento y consolidación de estos festivales, las relaciones y formas organizativas de dicho núcleo-motriz suelen ser muy horizontales, desarrollando sistemas de liderazgo y gobernanza colectiva y compartida entre las pocas personas que forman dicho núcleo-motriz. Es decir, las relaciones y formas organizativas dentro de dicho núcleo-motriz se configuran a partir de un modelo de liderazgo colectivo compartido: cada miembro del núcleo-motriz ejecuta sus tareas en base a los objetivos y expectativas planteadas, pero cultivando una relación de apoyo, consulta, asesoría, reflexión y debate activo con el resto del núcleo-motriz.

El equipo es muy heterogéneo, cada uno tiene unas características y unos perfiles profesionales diferentes. Cada uno es responsable de lo que mejor sabe hacer pero de forma muy natural y espontánea. ROBOT nació porque éramos amigos, amábamos la cultura digital y de la música electrónica, comenzamos a organizar eventos y surgió la idea del festival. Y desde lo más bajo fuimos viendo las exigencias que este tipo de proyecto iba teniendo y nos fuimos especializando cada uno de nosotros en un sector, según su preferencia y capacidad natural, para ir respondiendo a esas exigencias. Hay quién se ocupa de la dirección artística. Hay quién se ocupa de la producción. Hay quién se ocupa del comisariado de algunos módulos y otras secciones de la programación del festival que se fueron añadiendo poco a poco. Hay quién se ocupa de la comunicación.

(I.RO.To.1).

Nuestra forma de trabajo es muy colaborativa, horizontal y transversal. A pesar de que cada uno tenemos un área, departamento o funciones muy definidas, intentamos hacer un seguimiento muy cercano los unos de los otros, trabajamos mucho siendo un equipo de iguales. [...] No tenemos procesos de autoridad y obediencia. Y esto es fundamental, es muy saludable.

(I.SE.IIli.1).

Normalmente, en los EMDAF como Semibreve, MIRA y ROBOT, siempre hay una relación de negociación, reflexión y supervisión de forma conjunta y transversal, sobre todo desde las áreas de dirección artística y producción en relación a la figura del *project manager* o director general. Normalmente cada área del festival cuenta con una partida de presupuesto —en torno al 40% de programación, otro 40-50% para producción y personal, y en torno a un 10-15% en comunicación— que viene marcada por la dirección general del festival —pero de forma consensuada y compartida— una vez realizado el balance de cuentas de la actividad del año anterior. Sin embargo, cada área buscará optimizar los recursos y conseguir negociar al alza esa partida inicial, sacrificando algunos servicios o actividades de la programación, pero sobre todo, trabajando y reflexionando en conjunto, de forma transversal, para intentar identificar pequeñas ineficiencias o alternativas para optimizar el funcionamiento cualitativo y material del festival.

Trabajamos mucho de forma inter-departamental, los unos con los otros, es una continua articulación. Todos sabemos lo que están haciendo los demás en la mayoría de ocasiones. Así, si necesitamos apoyo o ayuda en alguna tarea o decisión, podemos contar los unos con los otros.

(I.SE.Mi.1).

En este sentido, podemos decir que estructuralmente, la mayoría de los EMDAF del sur de Europa se articulan a partir de una jerarquía piramidal liderada por el núcleo-motriz. Sin embargo, es fundamental hacer notar dos aspectos clave con respecto a esta forma de jerarquía piramidal:

- A pesar de que un núcleo-motriz suele estar formado por profesionales del sector —música electrónica y *media arts*— o de campos profesionales relacionados —turismo cultural, tecnología, comunicación y marketing, administración económica—, a menudo encontramos equipos de trabajo no profesionalizados; ya que la mayoría de componentes de dicho núcleo-motriz trabajan a tiempo parcial en el festival y/o de forma amateur.
- Las relaciones internas entre los miembros de dicho núcleo-motriz suelen ser transversales y horizontales, incluso a menudo con marcos de trabajo muy diluidos y

permeables donde participan unos de otros. En este sentido, es fundamental comprender que si bien los EMDAF son encabezados por un grupo pequeño de personas a partir desde donde se articula toda la jerarquía organizativa, dicho grupo cultiva una forma de liderazgo muy porosa, compartida y colectiva.

A continuación, voy explicar y analizar, a través de las tres áreas principales de trabajo de todos los festivales, cómo funcionan en términos organizativos, cuáles son las funciones principales y cómo se realizan, teniendo siempre como telón de fondo el propósito motor, las cuestiones de la investigación, y voluntad de comprender cómo funcionan en términos organizativos y humanos estos festivales.

5.3. La dirección

Cuando hablamos de la dirección de un festival de música y artes digitales, es fundamental diferenciar claramente los varios matices que existen dentro del macro-área de dirección, clave para el correcto funcionamiento de cualquier organización. A menudo, incluso por parte de los propios miembros del núcleo-motriz de un determinado festival, se generaliza al usar el término dirección, emitiendo una idea difusa e incluso equivocada. Si bien en términos generalistas, a veces mencionamos al equipo de personas que impulsan el festival —el núcleo-motriz— como “los directivos”, no es lo mismo la dirección artística que la dirección general, y de hecho, en la mayoría de ocasiones son áreas de trabajo desarrolladas por personas diferentes. En los EMDAF, existen al menos dos —normalmente tres o cuatro— figuras dentro del macro-bloque dedicado a la dirección: la dirección artística, por un lado, y la dirección general por otro —a veces entendida a partir de la figura de *project manager* o jefe de proyecto. Aunque según el tamaño y las especificidades de cada festival y dicho núcleo-motriz, encontramos diferentes formas de organización.

- El festival Semibreve, el más pequeño de los tres casos de estudio, con un presupuesto de 130 000 € y casi 5000 asistentes para la edición de 2022, siempre ha contado con una persona que desarrolla las funciones de jefe de proyecto o dirección

general, así como las de dirección ejecutiva o responsable de gestión y administración del festival: Rafael Machado. Aunque es habitual que además de una persona responsable de la dirección haya una persona responsable de proyecto —que supervise cada una de las comisiones o áreas de trabajo y coteje con la dirección general que se están tomando las pautas y gestiones correctas—, Semibreve es un festival pequeño que parece, no precisa de dicha figura. Por otro lado, la dirección artística la forman principalmente otras dos personas: Luis Fernandes y Miguel Pedro. Estas personas se encargan de dar forma a los contenidos, tanto musicales como complementarios —instalaciones artísticas, ponencias, charlas, talleres—, es decir, de guiar la naturaleza estética del festival.

- El festival MIRA, el festival más grande de los tres casos de estudios —al menos en las últimas ediciones—, con un presupuesto de más de 500 000 € y casi 10 000 asistentes para la edición de 2022, cuenta con dos personas clave a la dirección del festival: Oriol Pastor y Marc Gomariz, entre los que se reparten los roles de dirección general y de la gestión administrativa y financiera del festival. Además, otras dos personas desarrollan la dirección artística edición tras edición: Pere Martí —música— y Ana Drucker —instalaciones artísticas, audiovisuales, charlas y talleres.

- El festival ROBOT, actualmente consolidado en un formato mediano, con un presupuesto de en torno a los 250 000 € y los 8000 asistentes, cuenta con una persona que hace las funciones de director general y responsable ejecutivo y administrativo del festival: Andrea Giotti. A su lado, Marco Ligurgo lidera la dirección artística del festival —en materia de contenidos musicales—, acompañado siempre por una o varias personas responsables de la programación artística y contenidos no musicales, por ejemplo charlas, talleres o instalaciones artísticas —actualmente Elisa Trento, y en las ediciones pasadas, también Federica Patti y Marcella Loconte—.

5.3.1. La dirección artística

En términos generales, el área de la dirección artística, que suele encabezar una o dos personas, es la responsable de definir y conceptualizar la identidad del festival, sobre todo en términos estéticos, principalmente a través del diseño y articulación de contenidos y programación de actividades. La dirección artística de un EMDAF, a través

de un estrecho diálogo con el área de producción y comunicación, articula y guía no solo las actividades del evento-vitrina, sino también el resto de actividades de la organización a lo largo del año. La dirección artística es la encargada de seleccionar y contactar a los artistas —o las agencias de *booking*— y otros profesionales participantes de la programación del festival, por ejemplo, periodistas, docentes, investigadores u otros profesionales que participen en talleres, charlas, presentaciones, etc. La dirección artística es la encargada de articular al detalle la programación del festival en relación a los espacios y los horarios.

Además, la dirección artística tiene un papel fundamental en el desarrollo de la marca del festival, es decir, en el traspaso de la identidad del festival desde una percepción interna —generada colectivamente por el núcleo-motriz— hacia la puesta en práctica a través de un dispositivo discursivo público. De hecho, es tarea clave en buena dirección artística del festival, abordar de forma minuciosa los tonos discursivos o la paleta y textura cromática y gráfica para la imagen de cada edición —que suele ser completamente nueva, si bien dentro de unos patrones estilísticos y editoriales comunes a la marca e identidad de la organización:

Nosotros insistimos mucho en eso la verdad. Es uno de los momentos de trabajo grupal más importante y también más bonito. Porque consiste en poner en común los diferentes códigos y herramientas de cada lenguaje. Es muy importante que las chicas de comunicación entiendan a la perfección porque debemos usar unas palabras en lugar de otras, el tono de la comunicación, la manera en la que presentamos a un artista o hablamos de su último trabajo.

(I. ROBOT.M.2)

Un aspecto fundamental en el proceso de configuración de los contenidos —en relación con los espacios, con los horarios, etc.— es precisamente la puesta en común, negociación y reflexión con el área de producción y dirección, tanto en términos presupuestarios, técnicos y estéticos. En sentido, es habitual que los miembros de un núcleo motriz vayan compartiendo las ideas y propuestas, varios borradores de programación, y que esta se vaya desarrollando de forma desordenada y a base de ensayo-error —que suele consistir en la negociación con los artistas y representantes,

ten términos de disponibilidad y de contratación, sobre todo. De hecho, la contratación es un punto de triangulación y diálogo obligado entre dirección general, dirección artística y producción, ya que un espectáculo tiene un coste de contratación y también de producción, que hay que cotejar minuciosamente para medir la viabilidad de cada propuesta:

Hay partes del trabajo que son más autónomas pero muchas o casi todas son muy mano a mano. Yo soy el director artístico pero a veces al final cuando ves la programación te das cuenta de que hay cosas que no las decido yo sino que todo es mucho más colectivo de lo que parece, por suerte, porque examinar las ideas de uno entre 3 o 4 personas normalmente ayuda a hacer mejor el festival. Al compartir espacios de trabajo pues también nos permiten poner en común y reflexionar las cosas conjuntamente de forma más natural. No es lo mismo trabajar en la misma oficina que tenerte que llamar para consultarte algo o compartirte una idea. Luego claro, yo cuando comienzo a configurar el programa, ya sé la partida presupuestaria que tenemos. Pero claro, hay que tener en cuenta también la producción y las necesidades técnicas de cada show. Hay artistas que piden poco y otros que conllevan un coste extra de 3000 o 5000 euros de servicio técnico. Todo esto se estudia con producción para intentar minimizar esos costes, negociando *contrariders* y soluciones técnicas menos complejas. A veces se puede y otras no. En todas las ediciones nos quedamos con las ganas de traer a alguien más grande o también un espectáculo más complejo y único, pero no siempre podemos dedicar 30 000 euros a un solo espectáculo, entre cachés y producción.

(I. ROBOT.M.2)

Por lo tanto, la dirección artística del festival también está en estrecha comunicación con la producción técnica, puesto que ambas áreas supervisan las necesidades técnicas de cada actividad programada.

Además, normalmente, desde la dirección artística se coordinan los aspectos relacionados con la hospitalidad de los artistas y profesionales invitados al festival — desde las preferencias de alojamiento, intolerancias en la comida, necesidades particulares en los camerinos o los servicios de refrigerio durante las actuaciones y actividades. De hecho, la hospitalidad y logística suele ser otro área de trabajo importante, situándose en la jerarquía justo por debajo del trinomio motriz —dirección,

producción y comunicación—, pero muy cerca de esta última, en importancia y en cuanto a volumen de trabajo y gastos de personal involucrado: responsable de hospitalidad, al menos dos o tres personas de hospitalidad para acompañar a los artistas y profesionales, así como al menos dos o tres conductores o drivers, encargados de realizar los desplazamientos de los artistas entre los espacios del festival y los hoteles, restaurantes o aeropuerto.

5.3.2. La dirección general

Por otro lado, la dirección general del festival tiene como propósito optimizar el funcionamiento de la organización, coordinando y supervisando las varias áreas de trabajo. Un director general —a menudo llamado también *project manager* o jefe de proyecto— es la persona capaz de coordinar y supervisar el desarrollo del festival a partir de una clara visión panorámica sobre todas y cada una de las líneas de acción. En los EMDAF, debido al pequeño o mediano formato de este tipo de festivales, el director general, también es a menudo la figura encargada de la administración interna del festival: de mediar entre el festival y la gestoría o entidad encargada de la administración —sobre todo a nivel fiscal, contable y laboral. En la mayoría de los casos, coincide con la persona que ideó o participó en la creación del festival como miembro fundador. Otras veces, encontramos, además del director general, una figura más enfocada a la gestión ejecutiva y administrativa. Otra función desarrollada por la mayoría de directores generales de los EMDAF, si bien a menudo compartida con el resto del equipo-motriz, se basa en el *fundraising* o captación de fondos para entidades no lucrativas: representación del festival a nivel institucional y cultivo de relaciones con agentes políticos de la ciudad, así como relaciones con la empresa privada y posibles patrocinadores.

Todo suma, sería absurdo que si yo conozco al concejal de cultura le pase la gestión a otra persona que no lo conoce, aunque sea el director general del festival. Por ejemplo, claro, yo como jefe de producción de ROBOT durante diez años, si bien era también el presidente de la Asociación Shape, he realizado mucho trabajo de relaciones públicas, con políticos y personas influyentes en la ciudad de Bologna. Pero si hay alguien, algún compañero o compañera, que conozca a gente influyente, pues todo suma. No hay que ser director ni presidente para cultivar relaciones

públicas que puedan beneficiar al festival. Si eso desencadena en un patrocinio o una ayuda, pues ya sí que se gestiona desde el departamento correspondiente.

(I.RO.Fr.2)

Entre otras funciones, una persona responsable de la dirección general, habitualmente es quien diseña y redacta proyectos para las convocatorias de ayudas y subvenciones públicas, y coordina y gestiona todo ese aparato burocrático —convocatoria a subvenciones, subsanaciones, reformulaciones, justificaciones de los fondos percibidos, etc. Por último, la dirección general suele lidiar mucho con la rama de producción, sobre todo con respecto a personal y contratación de servicios.

5.4. La producción

La persona responsable de la producción, se encarga de proyectar, dirigir, coordinar y supervisar todos los aspectos prácticos, materiales y logísticos de la organización; de hacer que todo funcione a la perfección, tal y como estaba previsto y planificado. Para ello, será fundamental una planificación excelente y pautada, a desarrollar durante lo que conocemos como la fase de pre-producción, de varios meses anteriores al arranque del evento-vitrina, en la que se van trabajando todas las cuestiones para que durante el fin de semana del evento no falle nada.

Al igual que la dirección general del festival, un jefe de producción tiene como propósito optimizar el funcionamiento de la organización y el evento, coordinando y supervisando todas las funciones y áreas de trabajo que tienen que ver con lo práctico: desde los recursos humanos para el montaje y desmontaje, seguridad, limpieza, accesos, hasta los recursos técnicos y estructuras para que todo funcione a la perfección. Es decir, de la misma forma que la dirección general, un jefe de producción debe visualizar con maestría de forma panorámica el funcionamiento operativo del festival. En este sentido, las herramientas clave para un jefe de producción son el cronograma y la escaleta de producción, que funcionan a modo de hoja de ruta específica y detallada, y que a nivel

micro, articula y planifica las tareas de todos los responsables bajo el equipo de producción.

La producción es lo más difícil, siempre. Por eso hay poca gente, por eso es una figurapreciada. Por eso hay festivales con grandes artistas que fracasan, por eso hay proyectos que parecen bonitos y de grandes ideas, incluso con gran financiación, que fracasan. Porque hay fallos de producción que cuestan muy caros. Ser un buen responsable de producción de un festival implica sobre todo mucha capacidad resolutive y templanza. Cerrar los ojos y visualizar cada detalle del festival, desde las líneas de autobuses que la gente usa para ir al festival, hasta el tipo de baños portátiles que se instalan. Solo visualizando todos y cada uno de los detalles conseguirás una persona y un equipo de personas que los gestione de forma eficiente para el proyecto. La persona responsable de producción es la que hace que cada euro gastado en el desarrollo operativo del festival sea sinónimo de éxito. Todo tiene que funcionar a la perfección, pero los recursos son limitados, pero no te van a perdonar que algo no funcione bien o sea un desastre porque no había suficiente dinero. Es tu responsabilidad buscar una solución y ejecutarla, convertirla en alternativa sinónimo de oportunidad de éxito, de fortaleza.

(I.Otr.J.Z.1).

Normalmente, en los EMDAF, el área de producción suele constar de al menos dos responsables: el jefe de producción se encarga de toda la infraestructura —tanto técnica como humanas— para que funcione el festival, sobre todo a nivel operativo y logístico: el personal para la instalación eléctrica, el personal para montaje y desmontaje de escenarios y estructuras, los puntos de comida y bar, seguridad y control de accesos, todo el personal y material relacionado con el transporte de infraestructuras, etc. Pero, por otro lado, normalmente otra persona coordina la producción técnica —el servicio técnico de sonido e iluminación, video y/o efectos. El responsable de producción técnica es una figura de la organización interna del festival, que a menudo forma parte de ese equipo-motriz durante muchos meses al año, que recopila los *riders* técnicos, propone *contrariders*, y sobre todo, coteja con el servicio técnico externo contratado, entre uno y dos meses antes del evento-vitrina, todos los requisitos y equipamientos técnicos solicitados, características y presupuestos. Por lo tanto, una persona que trabaja desde una visión panorámica sobre la producción del festival, aún ejecutando tareas concretas;

y otra como responsable de los aspectos técnicos específicamente sobre los sistemas de iluminación, sonido, efectos especiales y el resto de tecnologías aplicadas.

En el caso de los festivales *multi-venue*, expandidos, difusos, desarrollados en varios espacios, como por ejemplo Semibreve o ROBOT, suele haber, además, un responsable de producción por cada espacio. En estos casos, la persona responsable de la producción técnica coordina y media entre los equipos encargados de cada uno de los espacios, realizando la coordinación y supervisión de forma panorámica, normalmente desplazándose continuamente entre los espacios y realizando el seguimiento de forma telefónica. En un EMDAF, normalmente un jefe de producción técnica cuenta además con un equipo de responsables técnicos, que normalmente suele estar formado por un técnico de sonido, técnico de iluminación, a veces técnico de video y/o efectos especiales, además de la persona responsable del escenario y de la sala, conocido como *stage manager*. Las funciones de un jefe de sala, jefe de escenario o *stage manager* son imprescindibles puesto que media entre el personal técnico y los artistas y profesionales involucrados en la programación: se encarga de que todo funcione y sobre todo, de cumplir de forma puntual y ordenada con las pautas de la escaleta de producción – montaje y desmontaje, pruebas de sonido, horarios de las actividades, etc. Si bien la figura de *stage manager* es imprescindible en festivales más grandes, a menudo, debido al formato pequeño de los EMDAF, a menudo no existe la figura de *stage manager* por cada escenario, sino que recae en la persona responsable de producción.

Además, un responsable o jefe de producción, es quien recibe y negocia, varios meses antes del evento-vitrina, directamente con los artistas —o representantes, manager y agencias— y profesionales invitados al festival, las posibilidades y especificidades técnicas de cada actividad. A su vez, es la persona encargada, a partir de las partidas presupuestarias consensuadas con la dirección general y/o ejecutiva del festival, de pedir y seleccionar presupuestos entre las diferentes empresas y profesionales del sector; si bien a menudo, suele existir una relación muy cercana entre este tipo de festivales y las empresas locales, sobre todo en ciudades pequeñas y medianas como Braga y Bologna.

En resumen, las funciones de un jefe o jefa de producción son amplísimas y están al mismo nivel de responsabilidad y competencia que las áreas de dirección artística y

dirección general y/o ejecutiva. Recapitulando, las funciones de una persona responsable de producción comienzan con la negociación de los espacios y las fechas en las que se celebrará el evento-vitrina del festival. Continúa con la búsqueda, creación y formación de los varios equipos de personal que desde el área de producción se van ramificando: responsables de producción por cada espacio —también llamado responsable de sala—, responsables de bar y comida por cada espacio, responsable de seguridad, aforo y acceso, responsable de voluntarios —cuando los hay—, responsable de hospitalidad, *drivers* y recepción de artistas, etc. También hay que destacar que, a diferencia de las áreas de dirección artística y dirección general, es el departamento más ramificado, capilar, y sobre todo, con más gente a cargo, ya que dentro de producción también está todo el personal, tanto interno —que forman parte de la producción técnica o logística del evento—, como externo —seguridad, limpieza, hostelería, etc. Por ello, es fundamental que el departamento de producción analice y coteje al detalle el gasto comprometido, principalmente en materia de personal y montaje de estructuras.

A continuación, una vez abordado el funcionamiento interno de los EMDAF a partir de la dirección y la producción, explico y analizo una última área de trabajo, que si bien suele contar con una tercera parte del presupuesto de las otras, no deja de ser la principal vía con la que una organización justifica, vende y promociona su identidad y la originalidad de su evento-vitrina a lo largo de todo el año: la comunicación.

5.5. La comunicación

Por último, junto a estas dos principales áreas de trabajo —dirección y producción—, se activa el área dedicada a la comunicación. Desde el área de comunicación, a partir de un estrecho diálogo con el equipo de dirección artística, se presentan, ejecutan y articulan los discursos, imágenes, informaciones y narrativas que componen el *festivalscape* de un determinado festival, justificando su identidad y su autenticidad, además de asistir las necesidades específicas en términos de difusión, promoción, publicidad y marketing.

Normalmente, cualquier núcleo-motriz de un EMDAF cuenta con al menos una persona responsable de comunicación, encargada de traducir las ideas y el concepto del festival hacia el equipo de comunicación —desde donde se codificarán dichas ideas y conceptos a imágenes, colores, textos, tonos y recursos gráficos. Sin embargo, el equipo de comunicación, incluso en los festivales más pequeños como Semibreve, suele contar con al menos un responsable gráfico dedicado a la creación de contenido visual para web y RRSS, cartelería, programas de mano, etc.; es decir, una persona experta en el ámbito del diseño gráfico. Estas dinámicas de diálogo entre la dirección artística y la comunicación son fundamentales porque constituyen el proceso a través del cual se negocian los valores, códigos, tonos y discursos clave para desarrollar el *branding* del festival a través del plan de comunicación; esto es, su definición y articulación no sólo como evento u organización sino como marca que representa y se identifica con un ecosistema de valores, experiencias, contenidos, ambientes y discursos. El plan de comunicación, de forma similar a como sucede con la escaleta de producción para el área de producción, es el documento maestro que guía el ecosistema de herramientas comunicacionales, tanto a nivel de temporización como en la definición y detalle de las estrategias planteadas, así como en la descripción de cada tarea a realizar.

Aunque pueda sonar corporativo, un festival vive de su marca, y es a través de esta, por la que —y cómo— es reconocido socialmente. Un EMDAF es en gran parte reconocido a partir de sus eventos-vitrina, sobre todo gracias a los tipos de contenidos, experiencias y formatos que pone en práctica. Sin embargo, la marca debe soportar y promocionar durante todo el año los valores y contenidos ofertados durante los dos o tres días del evento, haciendo que la comunidad de público interesado, conviva con la identidad y el *festivalscape* del festival.

A través de este diálogo se reflexionan, acuerdan y planifican todos los pasos y estrategias gráficas, discursivas y de posicionamiento del festival, lo que se conoce como el plan comunicacional, que suele ir de la mano de la estrategia de marketing digital. El plan y la estrategia de comunicación son la guía que articula la línea editorial y el ecosistema comunicacional de cualquier organización —empresas, instituciones públicas, fundaciones, así como festivales—. La principal diferencia entre la estrategia de comunicación y la estrategia de marketing digital de los festivales se basa en que la primera, además de funcionar como un proceso vivo, continuo y a largo plazo,

implementa dichas acciones en relación a los medios, RRSS y otros canales de difusión con el objetivo principal de ganar visibilidad y posicionar la marca en la mente del público —de los usuarios, de los clientes—. Sin embargo, las estrategias de marketing de los festivales buscan convencer a su público de que no puede faltar a la edición en cuestión; es decir, se centran en vender la experiencia del festival como algo único, y en persuadir al público para que asista al festival —y compre de forma inminente su entrada para acceder—.

A través del plan de comunicación se elaboran las estrategias para codificar, traducir y transmitir la idea, el concepto, la identidad, la autenticidad y la imagen del festival a la comunidad de público fiel; es decir, el mensaje y el contenido que fundamenta la marca. Sin embargo, el plan de marketing se articula a partir de una metodología basada en la mercadotecnia, enfocada a vender y con un plan de ejecución más intensivo y a corto plazo. Los festivales de música electrónica y artes digitales, normalmente, usan estrategias y herramientas de publicidad y promoción en RRSS, el posicionamiento y presencia en el imaginario digital del público objetivo a través de un *hosting* web vivo, interactivo y dinámico, motores de email marketing muy visual y atractivo o la distribución de contenido, sorteos, regalos promocionales u otras formas de *merchandising*.

Hacer el festival [ROBOT] sobre todo nos permite generar mucha visibilidad, cultivar la marca y alimentar la comunidad de público. Esto nos posibilita promover otras actividades asociadas a la marca, como por ejemplo las ROBOT Night, que, entre otras cosas, nos permiten rentabilizar nuestra actividad. El festival suele generar un balance positivo de entre cinco y diez mil euros. Si comparas el festival, que cuesta doscientos cincuenta mil euros y se salda con un balance de diez mil euros y exigen entre cuatro y seis meses de trabajo bastante intensivo, pues seguramente parezcan mucho más eficientes el resto de actividades, que cuestan veinte mil y generan cinco mil euros, como sucede en muchas ROBOT Nights. Si piensas que hacemos entre seis y ocho ROBOT Nights al año, dices, pues hago solo esto. Pues no, no puedes hacer solo estas otras actividades secundarias; o más bien, eres capaz de hacerlas con esa eficiencia gracias al festival: a la comunidad de público, la visibilidad, la red de contactos, es decir, a la marca ROBOT. Sin ROBOT Festival no habría ROBOT Night. Es el festival lo que nos permite expandir el formato y consolidar nuestra actividad de forma eficaz a lo largo del año. Es el festival lo que nos permite articular todo el ecosistema de servicios que también se activan durante

el resto del año, desde distribuidores, artistas, espacios, agencias, clientes, público, patrocinadores.

(I.RO.An.1)

Sin embargo, debido a que los EMDAF se caracterizan por ser festivales de pequeño o mediano formato, y debido a la naturalidad y cercanía profesional, y transversalidad de las figuras responsables del núcleo-motriz, a menudo no contamos, como sí sucede en otros macro-festivales de música electrónica y artes digitales como por ejemplo Sónar, con un verdadero plan de comunicación y marketing digital, a modo de documento-guía o documento-maestro.

Es todo muy orgánico y como de cercanía. No funcionamos como una empresa que encarga un branding y un manual corporativo de uso de marca que pasa a cualquier agencia de comunicación que ofrece el mejor presupuesto para crear contenido y llevar sus redes sociales. Por suerte contamos con un equipo fiel, y aunque siempre hay gente que sale y entra, cualquier persona que entre a trabajar a comunicación conoce profundamente ROBOT, conoce el festival, la organización, incluso algunas de las personas que conformamos el equipo, y a menudo vienen del sector de los eventos y conocen las dinámicas. [...] Plan de comunicación como tal no tenemos, tenemos calendarios y cronogramas compartidos y otras herramientas de trabajo. [...] Lo más importante son las fechas clave, para la presentación de la nueva imagen gráfica, el lanzamiento de los tickets early bird, el anuncio de los cabezas de cartel, cartel completo, y ya la info clave del evento, horarios y eso. [...] Pero no hay, así como un planning super formalizado donde aparece todo especificado y eso.

(I.RO.El.1)

Por último, en términos de personal, hay que mencionar que el área de comunicación es un departamento de trabajo bastante flexible, que pasa de contar con una o dos personas responsables durante todo el año, a un grupo de personas que a veces, llega casi a la decena conforme se acerca la fecha del evento-vitrina.

Pues en nuestro caso contamos con dos personas para redes y prensa, que unen normalmente en verano. Trabajan de forma intermitente desde que arrancamos la

comunicación con los primeros nombres anunciados y sobre todo de forma más intensa a partir de septiembre, cuando quedan unas tres semanas o un mes para el festival. Luego están los chicos de fotografía y video. Y estos últimos años hemos contado también con una persona de apoyo para redes sociales durante el evento porque al tener muchas localizaciones diferentes se hace un poco difícil cubrir todo físicamente.

(I.RO.El.1)

Este fragmento realizado a una de las responsables de comunicación del festival italiano, nos recuerda que además, los eventos-vitrina son foto y video-documentados, y que dentro del equipo de comunicación de los EMDAF, solemos encontrar entre 2 y 4 personas dedicadas a ello, que comienzan a trabajar el primer día del evento —tras varias reuniones previas que desde la dirección artística y la comunicación pautan el trabajo y el cronograma diario de entregas y publicaciones de material—, y acaban varios días o semanas después —tras la post-producción, edición y montaje de todo el material fotográfico y audiovisual producido.

En resumen, el área de comunicación es una de los tres departamentos de trabajo fundamentales en cualquier EMDAF. Suele constar de una persona responsable, que, con una visión panorámica, dialoga y coteja el plan de comunicación y las acciones a realizar con el departamento de dirección artística. Además de esta persona responsable, suele haber al menos otra persona experta en diseño gráfico encargada de desarrollar contenidos. En términos generales, el área de comunicación responde al objetivo principal de promocionar el festival como marca y vender entradas para el evento-vitrina. Para ello, si bien intensifica sus acciones e impacto mediático durante las semanas previas al evento, trabaja durante todo el año, cultivando el valor de la marca y un *engagement* exitoso con la comunidad de público interesado.

A continuación, voy a profundizar en los ritmos de trabajo y acciones a realizar por el núcleo motriz a lo largo del año.

5.6. Los ritmos de trabajo

Centrándonos en los ritmos de trabajo, muchos los EMDAF aprovechan el *engagement* y el pico de atracción e interacción generado a partir de su evento-vitrina para arrancar con buen pie la próxima edición, vendiendo un número limitado de entradas a la venta de la próxima —a veces de acceso exclusivo al público de la presente edición—. Por tanto, es habitual que el núcleo motriz, comience a trabajar prácticamente un año antes de la cita clave —el evento-vitrina— y vaya progresivamente intensificando sus esfuerzos, ampliando personal y delegando tareas concretas en pequeños grupos de trabajo.

SEMIBREVE es una organización que está formada por dos tipos de equipos. Tenemos un núcleo-motriz que trabaja durante todo el año para SEMIBREVE, compuesto por la dirección y dirección artística del festival: Miguel Pedro, Rafael, Tiago y Luis. Y luego André y yo, que vamos por otro lado teniendo reuniones regulares y haciendo un seguimiento al proceso de dirección. Nos vamos poniendo al día, desde la comunicación y el diseño, de cómo se le está comenzando a dar forma a la próxima edición. Siempre hay una primera etapa, lo primero de todo, que parte de Miguel, de Rafael y de Luis. Primero digamos viene la dirección artística y la programación y después empezamos como las matrioskas, comenzamos a abrir nuevas capas de acciones más definidas y más micro.

(I.SE.IIi.1)

Todo el cronograma y calendario anual de un EMDAF se articula a partir de la negociación de las fechas y los espacios principales de la próxima edición. Normalmente, como todos los festivales, un EMDAF intenta consolidar su hueco en la agenda cultural de la ciudad donde se celebra desde su primera o primeras ediciones. Progresivamente, la dirección artística comienza a articular contenidos y dar forma a la programación del evento-vitrina y otras actividades de formato reducido que servirán de *aperitivo* promocional para dicho evento-vitrina. Por último, dependiendo del festival, en torno a tres meses antes —algunos hasta cuatro o incluso seis meses antes— de la fecha del

evento-vitrina, se comienza con la campaña de comunicación: actualización de la web oficial del festival con el anuncio de las primeras actividades confirmadas, lanzando la venta anticipada de entradas a precio especial, primeras notas de prensa y/o entrevistas o reseñas en prensa online y blogs o plataformas especializadas, creación de contenido audiovisual para los canales de comunicación digital y RRSS, etc. Finalmente, unas dos semanas antes del evento vitrina se activa prácticamente todo personal que trabajará durante los tres o cuatro días del evento-vitrina. Como comenta Francesco Salizzoni, jefe de producción del ROBOT Festival de Bologna desde su primera edición en 2008 hasta 2019 y presidente de la asociación Shape —entidad organizadora del ROBOT Festival— hasta 2021:

Cuando eres el jefe de producción eres el primero en entrar y el último en salir. Horarios duros, sin duda. Depende de cada festival, pero funciona así más o menos: como jefe de producción comienzas casi un año antes a trabajar. El festival empieza cuando dices: ROBOT Festival será en estas fechas y en estos espacios. Todo lo demás es secundario. Y después, empieza lo artístico. La programación, la comunicación y todo lo demás.

(I.RO.Fr.1)

Si pensamos en los ritmos de trabajo en términos cuantitativos, es fundamental señalar que la mayoría de las personas del núcleo-motriz de un determinado EMDAF no trabajan a tiempo completo para el festival. Es decir, en la mayoría de los casos, tienen otro trabajo, aunque a menudo muy relacionado con el campo de la gestión cultural, la producción y promoción de eventos culturales o de ocio, o bien la creación artística en relación a la música electrónica, new media, el diseño, el marketing digital, etc. En este sentido, lo habitual es que un núcleo-motriz trabaje casi a tiempo parcial durante los primeros cuatro o seis meses —entre 10 y 20 horas a la semana—, y vaya intensificando su actividad hasta trabajar casi a tiempo completo durante los últimos dos o tres meses. Suele ser justo aquí, en torno dos o tres meses de la fecha del evento-vitrina, cuando se activa más personal dedicado, entre cuatro y hasta diez personas más, dependiendo de las áreas y las funciones, normalmente, a tiempo parcial.

En el área de dirección artística, en torno a dos o tres meses antes del evento-vitrina, lo normal es que se incorpore al equipo una persona responsable de la hospitalidad y recepción del elenco artístico. A menudo, además, dentro del departamento de hospitalidad, dependiendo de la magnitud del festival, hay otra persona responsable del alojamiento y la manutención, y otra de coordinar la movilidad y desplazamientos de todo el elenco artístico.

En producción, el equipo de personal crece de forma más notable, exponencialmente, a partir de los dos o tres meses previos al evento-vitrina. Es entonces cuando se incorporan al equipo los responsables de producción de cada espacio, y terminan de cerrarse los contratos con el elenco artístico, además de los requisitos y necesidades en términos de equipamiento técnico. En general, es una fase de traspaso de tareas y relevo, ya que el responsable o jefe de producción comienza a delegar las tareas específicas de la materia, para concentrarse más en la coordinación panorámica de la organización y producción del evento, incluyendo la supervisión de áreas como la seguridad, bar y servicios, limpieza, logística o montaje y desmontaje de estructuras, a las que a su vez, se va sumando personal, sobre todo durante los días previos, posteriores, y durante el propio evento.

En cuanto a horas de trabajo, la mayoría de los puestos de responsabilidad de los EMDAF, es decir, del núcleo-motriz, se vuelven casi incompatibles con otros trabajos a tiempo completo, o bien, resultan unas jornadas laborales de al menos diez y a menudo doce horas, o incluso más, durante los dos o tres meses previos al evento-vitrina. Durante la conocida como “semana 0”, es decir, la semana del evento, los ritmos de trabajo suelen ser de doble turno, de entre 14 y 16 horas de trabajo, sobre todo para el equipo de producción —personal dedicado al montaje de infraestructuras y logística principalmente— y comunicación —publicación y envío de contenidos vía redes sociales e email, con todos los horarios e informaciones detalladas del evento—. Sin embargo, la realidad es que la mayoría de personas que organizan estos festivales, trabajan muchas horas durante los meses cercanos al evento:

Hacemos el festival de forma paralela a nuestra vida profesional y personal, y básicamente lo conseguimos sacrificando mucho de este tiempo personal, y muchas horas de sueño. A menudo fijamos reuniones después de acabar la jornada y

después de cenar, y acabamos a 00 o más tarde. En lugar de ver Netflix, organizamos un festival.

(I.SE.IIi.1)

Pues hombre decimos que trabajamos todo el año y es la verdad. A nivel de presencia pública paramos casi 4 o 5 meses, en los que no tenemos mucha actividad en redes sociales, por ejemplo. Pero seguimos trabajando, aunque de forma interna, y compatibilizando otras cosas, no estamos a full time con el festival. Pero esta pausa, luego se compensa porque durante un mes trabajamos más de 60 horas a la semana.

(I.RO.M.2)

Es duro, la verdad. Es un trabajo que es exigente y requiere muchos skills. Hemos aprendido sobre la marcha porque al principio solo teníamos pasión y amor por la música, algunos contactos y ejemplos como el festival Sónar. Pero aquí estamos los que valemos. Hay que gestionar también ritmos de trabajo muy duros, tanto a nivel físico y de número de horas, como la presión y el estrés de fechas, de problemas o cosas que no salen bien, que siempre hay, por más experiencia que tengamos. Yo terminé mi fase como jefe de producción porque es importante rejuvenecer el equipo y tomar descansos. Aún así, como responsable de seguridad, que es como una décima parte de lo que trabajaba antes, echamos dos semanas de trabajo, sin contar lo que es la contratación del servicio y eso. [...] Yo que sé, antes era como tener dos trabajos realmente. Trabaja a media jornada para ROBOT casi todo el año, y conforme se acercaba el evento pues un poco más. [...] Entra gente en el equipo claro, pero hay muchas cosas que cerrar aún y más volumen de trabajo que realizar. Además, yo era quien coordinaba a toda esa gente que se iba incorporando al equipo. Solo eso, coordinar el personal, es ya una buena tarea.

(I.RO.Fr.2)

5.7. La hospitalidad, la seguridad y las organizaciones para la prevención del daño.

Además de las tres áreas principales que hemos explicado —dirección, producción y comunicación—, es importante comprender cuáles son algunos de los departamentos más importantes para el correcto funcionamiento del festival, que si bien normalmente se integran dentro del área de producción, merecen una revisión dedicada al respecto.

En los EMDAF, la hospitalidad es un área de trabajo situada por debajo del núcleo-motriz dedicado a la dirección, producción y gestión, a medio camino entre la dirección artística y la producción. El área de hospitalidad es la encargada de gestionar y planificar todo lo que tiene que ver con el alojamiento, mantenimiento y desplazamientos —vuelos y *transfer* dentro de la ciudad entre restaurantes, hoteles y espacios del festival— de los artistas y profesionales invitados al festival. El área de hospitalidad dialoga con la dirección artística sobre las necesidades humanas de los artistas e invitados; y también, dialoga y negocia con el área de producción, todo lo que tiene que ver con la administración y contratación del resto de servicios, desde el acuerdo y convenio con restaurantes y hoteles hasta la idoneidad del horario de los vuelos y/o *transfer* desde el hotel al espacio del festival de acuerdo a la escaleta de producción. Normalmente en el equipo de hospitalidad hay una persona responsable de la coordinación, además, dependiendo del tamaño del festival, entre dos y hasta cuatro personas encargadas de acompañar a los artistas. Además, durante los días del evento-vitrina, al menos dos o tres *runners* trabajan como responsables de los desplazamientos de los artistas.

La seguridad, a pesar de que normalmente es una contratación y servicio totalmente externalizado en la mayoría de casos, es fundamental señalarla, sobre todo debido al coste y a la cantidad de personal que involucra. Exceptuando el caso de Semibreve debido a su pequeño formato, festivales medianos como ROBOT o MIRA conllevan la contratación de más de 20 personas de seguridad y vigilancia durante varios días, con un coste total de entre el 5% y el 10% del presupuesto total del festival. Debido a la naturaleza derivada de la *Electronic Dance Music Culture*, los EMDAF normalmente

cuentan con un notable despliegue de seguridad y gestión/control de accesos y recinto, etc. Por ejemplo, en el caso del festival MIRA, en su edición de 2022, contaron con casi 40 personas de seguridad, suponiendo un coste total de casi 50 000 euros.

La seguridad es muy importante, y además es fundamental que sea amigable. No se puede trabajar con sicarios que busquen desafiar a la gente. El público viene a divertirse y debe sentirse a gusto. Ese también es un poco mi papel: al principio del festival, cada año doy instrucciones serias y claras. Hay que cumplir todas las normas a no ser que yo diga lo contrario, pero siendo flexibles y siempre educados. Casi siempre pueden hacer su trabajo igual de bien siendo estúpidos que siendo simpáticos y educados. [...] Los usuarios conocen cada vez mejor sus derechos. Pero tienen que estar, no puedes pensar ROBOT Festival sin un buen equipo de seguridad. Los compañeros siempre te van a decir que no hace falta tanta gente. Cuando pasa algo, es cuando te das cuenta. Un buen equipo de seguridad hace que todo fluya mejor. Es clave, porque puede convertir un gran festival en una experiencia tediosa e incómoda o todo lo contrario, pasar desapercibida dejando que brille lo que tiene que brillar: los artistas y el público.

(I.RO.Fr.2)

Por último, también es importante reseñar el papel de las asociaciones y/o colectivos encargados de amortiguar el daño derivado del consumo de alcohol y sustancias en entornos como raves, festivales, clubes, discotecas, etc. Durante la primera estancia de investigación de campo en ROBOT Festival, pude conocer de cerca y entrevistar a representantes de la organización Beat Project, quienes dinamizaban toda un área de descanso y relajación alejada del barullo y el fuerte sonido. Además de ofrecer un espacio de descanso, ofrecían otros servicios como agua potable gratuita, tapones para los oídos, caramelos y chocolatinas, preservativos y sobre todo, información y consultas espontáneas sobre estupefacientes o cualquier aspecto relacionado con el entorno festivalero.

Somos educadores, principalmente, aunque normalmente intentamos que haya alguien de medicina, enfermería o del campo, en cada turno que hacemos. Ofrecemos un servicio de prevención e información en torno a las discotecas y clubes de Bologna. Desde el LINK, Cassero... no sé, lugares donde hay consumo

de sustancias y sobre todo lugares, discotecas y sitios así más comerciales digamos, donde también asisten jóvenes, ERASMUS, universitarios, gente que no tiene un conocimiento real sobre los estupefacientes. [...] Claro, aunque parezca paradójico justamente en las raves es donde menos daño hay, porque el público conoce bien las sustancias. En nuestro caso, encontramos eso, gente que no tiene mucha información en torno al tema o que quizá consumen por primera vez... por eso es importante nuestro trabajo.

(I.RO.B.P..2)

Es evidente que el consumo de estupefacientes está ligado, también históricamente, a la cultura de la música en vivo, a los festivales, y sobre todo, a la música electrónica de baile. Los EMDAF se caracterizan por aunar contenidos, estéticas y formatos típicos del campo de la creatividad digital y el new media art con estéticas y formatos derivados de la *Electronic Dance Music Culture*, con un deliberado protagonismo de estas últimas. Por lo tanto, aunque en menor medida que en clubs, raves y discotecas —en buena parte debido a los horarios más contenidos, el frecuente elevado coste de las entradas de los EMDAF y la edad media de los asistentes—, la presencia y el consumo de estupefacientes es algo relativamente presente en los EMDAF. Debido a ello, festivales como ROBOT han puesto en marcha, además de acciones como las de la organización Beat Project, pequeñas estrategias de reducción del daño de puertas para adentro, es decir, en los espacios dedicados a los conciertos, djsets y performances, como ejemplo, la distribución de agua gratuita en todos los espacios.

Además, tal y como hemos visto en el primer capítulo dedicado al *festivalscape* y las infraestructuras humanas, también dentro del área de producción, encontramos un gran número de profesionales dedicados al montaje y desmontaje de infraestructuras, así como personal de servicio dedicados al montaje y gestión de los equipamientos técnicos, principalmente de sonido e iluminación.

En resumen, he dedicado esta sección a revisar las áreas de trabajo, que si bien están dentro el ámbito de producción, conllevan en sí mismas un importante despliegue de recursos humanos y que además, interfieren directamente en la forma en la que la comunidad de personas, tanto el público, como el propio elenco artístico, percibe el

festival. A continuación, repasamos el último elemento clave de la organización interna de muchos de los festivales de música electrónica y artes digitales en Europa: el voluntariado.

5. 8. El voluntariado

El último elemento relevante a analizar es el papel de los voluntarios y voluntarias, no tanto entendido como una parte inexorable para la celebración de los EMDAF sino como un paradigma organizativo que necesita de reflexión y aclaración, y que además será un punto recurrente en otras partes de esta tesis doctoral.

El voluntariado, por definición debe consistir en un acuerdo o convenio de colaboración no remunerado entre personas físicas y una organización. Sí puede conllevar una retribución de los gastos ocasionados por la actividad —por ejemplo, de desplazamiento, manutención o incluso alojamiento—, si bien, en ningún caso, debe sustituir puestos de trabajo que podrían ser ocupados por profesionales del sector. Es decir, lo normal es que una persona voluntaria, particularmente en festivales, reciba una pequeña compensación en concepto de gastos de desplazamiento y manutención, que suele consistir justamente en la manutención durante el turno de trabajo y en la mayoría de los casos, una retribución en especie consistente en la entrada para disfrutar del festival durante el día o los turnos de descanso.

Aunque tradicionalmente se ha asociado de forma casi equivalente a los festivales con un gran equipo de voluntariado joven —como sigue sucediendo en muchísimos festivales de música, cine, artes o literatura—, en el caso de los EMDAF nos encontramos un escenario diferente. Si bien, por ejemplo, el festival ROBOT cuenta con un gran equipo de voluntariado —en 2022 fueron 47 personas—, ni MIRA ni Semibreve, ni otros festivales que he podido estudiar durante este proyecto de investigación —por ejemplo, MuchoFlow, MMMAD en Madrid o L.E.V. en Gijón— cuentan con equipo de voluntariado.

En SEMIBREVE no existe el formato de voluntariado. A ver, entiendo que a veces es una necesidad de los festivales, pero yo no estoy a favor de eso; creo que la gente debe ser remunerada por su trabajo. Pero bueno, también lo entiendo, porque quizá es gente que no tiene muchos conocimientos y el enfoque es un intercambio, aprendizaje y experiencia. Yo creo que depende de las especificidades de cada festival, de cada formato; hay veces que es entendible y está bien, pero otras, quizá no sea tan justificable.

(I.SE.IIi.1)

La percepción del público asiduo al festival sobre el paradigma del voluntariado —no remunerado evidentemente— en festivales, a menudo depende del enfoque organizativo, financiero, institucional y de las estrategias de comercialización del festival. No es lo mismo que un macro-festival con cientos de miles de visitantes y decenas de millones de euros en presupuesto, se apoye en un sistema de voluntariado para ejecutar la micro-producción del evento, a que lo haga un EMDAF con apenas tres mil visitantes al día y si quiera medio millón de euros de presupuesto. En un EMDAF pequeño como Semibreve no trabajan siquiera cincuenta personas. En ROBOT se alcanza el centenar, además de casi medio centenar de voluntarios. Sin embargo, la relación entre los voluntarios y los responsables suele ser cercana y de mutuo intercambio.

Los voluntarios me encantan. Obviamente es algo muy criticado, alguna gente dice que se trata de captar universitarios para que trabajen gratis para el festival. En realidad, no es este el motivo. Muchas de las personas que han trabajado con nosotros en ROBOT en el departamento de comunicación, han encontrado después un trabajo en el sector de la comunicación cultural o bien aquí o bien en el extranjero. Y ellas empezaron como voluntarias. En un grado de gestión cultural y producción de eventos no te enseñan realmente cómo se trabaja. Cualquier profesional del sector lo sabe y opina igual. Por esto, yo veo ROBOT como un punto de encuentro para gente interesada, con ganas de aprender, y es una primera experiencia importante que la hacemos acompañando a los voluntarios, juntos. Yo creo que es bonito y útil. No es fácil vivir este tipo de experiencias en un festival de este perfil y tamaño. Porque hay gente que quiere poner cosas en práctica, ponerse a prueba, y nosotros le damos esta oportunidad.

(I.RO.To.1)

Los voluntarios principalmente realizan tareas concretas: recepción y acomodación del público en los diferentes espacios, también siguen el equipo de comunicación para dar un empujón en RRSS, video y demás. En producción por ejemplo pues los voluntarios nos ayudan a montar, sobre todo. En hospitalidad, pues ayudan a preparar los camerinos, que no falten detalles, orden y demás. Y el otro punto donde los voluntarios son importantes es en los puntos de merchandising.

(I.RO.Fe.1)

Sin embargo, es fundamental profundizar en cómo la figura del voluntariado es percibida y vivida por los propios voluntarios y voluntarias. En los estudios en eventos, ocio y turismo, sobre todo en las últimas décadas, a partir de la intensificación de los procesos de “eventificación” y “festivalización” de la cultura a partir de la década de los años '90, la comunidad académica ha puesto el foco en las motivaciones e intereses de las personas que configuran esos complejos equipos de voluntariado y en las tareas de coordinación y gestión que las organizaciones llevan a cabo para desarrollar con éxito sus funciones al respecto (ver Bachman et al., 2016; Barron & Rihova, 2011; Clayton, 2016; Elstad, 2003; Ragsdell & Jepson, 2014; Toraldo & Islam, 2019; Toraldo et al., 2016; 2019). Sin embargo, todos los estudios al respecto se centran en festivales o eventos en general, sin analizar en profundidad las especificades organizativas ni temáticas que configuran sus *festivalscapes*. En este sentido, tras conocer los aspectos situados que configuran los *festivalscapes* de los EMDAF y diferentes posiciones sobre el paradigma del voluntariado desde la perspectiva de las organizaciones, cabe preguntarse: ¿de qué manera influye en las carreras profesionales de los voluntarios y voluntarias el hecho de participar de esta forma en dichos festivales? A continuación, elenco una serie de percepciones del equipo de producción de ROBOT —actualmente trabajadoras en la organización del festival y además profesionales del sector a tiempo completo—, y también de algunas voluntarias:

Comencé como voluntaria en la primera edición a través de Cippo [Francesco Salizzoni]. ROBOT puede parecer grande, pero está aquí gracias a un pequeño grupo de personas que quiere seguir compartiendo esta pasión por la música y

nuevas formas de expresión en torno a las artes digitales. ROBOT, me ayudó mucho. Apenas después de la primera edición pasé de ser voluntaria a trabajar directamente para Francesco Salizzoni como ayudante de producción, y después, a partir de esto, pues por ejemplo hice varias entrevistas para coordinar la producción en otros festivales. Habiéndolo hecho en ROBOT, que es un festival, no muy grande pero muy complejo y profesional, pues tenía claro que podía hacerlo en otros festivales. ROBOT entonces me ha dado fe en mí misma, y en buena parte gracias a Francesco. Yo descubrí que podía gestionar equipos y ser responsable de producción de eventos aquí. Gracias a ROBOT pues durante 5 años he vivido solamente de la producción de eventos. [...] Lo que me pasó a mí ha pasado con mucha gente. Uno de nuestros responsables técnicos comenzó en ROBOT siendo un voluntario de producción a mi cargo. Y ahora trabaja de forma estable en el sector musical como técnico de sonido.

(I.RO.Vi.1)

Pues mi caso es un poco diferente porque yo hice las prácticas con la empresa de Andrea, que no es exactamente lo mismo que ROBOT, pero sí es cierto que ROBOT es uno de los proyectos principales o que más trabajo da, sobre todo en términos de organización, gestión y producción, que es lo que realiza Andrea y su gente. Hice las prácticas y me quedé en el equipo de ROBOT y algún que otro evento trabajando para Andrea. [...] Ahora justamente además de ser la responsable de producción del Palazzo Re Enzo durante el jueves, soy la responsable del voluntariado. Este es mi tercer año ya trabajando para el festival. Y sí que hay muchos casos, mismamente Claudio, que vino en otra ocasión como voluntario y este año ya está contratado como ayudante de producción. [...] En general sí, obviamente no hay sitio para todo el mundo. Otra mucha gente tiene ya su trabajo y no está interesada en trabajar en producción y organización de eventos, pero le gusta mucho el mundillo, o bien la música, y le gusta repetir como voluntario. Además de que así se vive un poco más de cerca, conoces a otros profesionales de la cultura en la ciudad, a veces conoces a artistas, y bueno, te damos una entrada, de comer y eso. Yo creo que no está nada mal y que puede ser muy beneficioso para todos.

(I.RO.Fe.1)

Nosotras estamos muy contentas porque además pedimos solo jueves y viernes por la tarde aquí en el Oratorio. Nos queda toda la noche del viernes libre y el sábado completo. Participas de otra manera y conoces al equipo y cómo se trabaja en un festival y eso nos gusta mucho. [...] Aunque yo no me voy a dedicar a los eventos ni a la música, me gusta mucho ROBOT y además de participar de otra manera, nos tratan muy bien y tenemos la posibilidad de disfrutar del resto del festival gratis y con un trato especial.

(I.RO.Vo.2)

CONCLUSIONES

En este capítulo dedicado a la comprensión y análisis de los EMDAF desde un enfoque organizativo basado en la perspectiva de la producción cultural (ver Anand, 2000; Dowd, 2007; Peterson, 1994; Peterson & Anand, 2004; Santoro, 20008), he mostrado cómo son y cómo se comportan los EMDAF desde dentro; a partir de sus principales formas y elementos organizativos. Con la herramienta de “las seis facetas de la producción cultural” (Peterson & Anand, 2004) como telón de fondo, he comenzado el capítulo a partir de una de las nociones claves que define la estructura organizativa de cualquier EMDAF: el “núcleo-motriz”. En resumen, el núcleo-motriz de un festival es ese grupo pequeño de personas, normalmente entre dos y cinco, que hacen que sea posible el festival. A menudo el núcleo-motriz coincide con las personas fundadoras de la organización, y son la razón de ser del festival. El núcleo-motriz, de forma colectiva, transversal y compartida, activa, dirige, coordina y supervisa el progresivo desarrollo del ecosistema de discursos, contenidos y formatos —de significados y significantes— que articulan la identidad y autenticidad por la que es reconocido un determinado festival, a saber, el *festivalscape*.

El término “núcleo-motriz”, ha aparecido bajo varias acepciones durante las entrevistas en profundidad realizadas: como “equipo principal”, como “núcleo principal”, como “equipo motriz”, como “grupo base”, como “grupo clave”. La gran mayoría de personas

entrevistadas para los tres casos de estudio, tanto directivos y personal clave como voluntarios y personal más satelital e incluso buena parte del público, siempre se han referido al motor humano del festival en plural, como un equipo humano muy pequeño y compacto. Por lo tanto, de forma compartida, tanto a nivel interno —por la propia organización—, como a nivel externo —personal satelital o público—, los EMDAF son percibidos como organizaciones y formatos culturales posibilitados gracias a un pequeño grupo de personas que en su día actuó como fuerza fundadora y promotora del proyecto.

Esto quiere decir, que, por norma general, los festivales de música electrónica y artes digitales sur-europeos, no son asociados a iniciativas institucionales o políticas culturales públicas, de ayuntamientos, entidades locales o administraciones públicas. En su lugar, de acuerdo a cómo nacen y cómo se consolidan —de acuerdo a la naturaleza organizativa representada por y a través de un determinado pequeño grupo de personas que conocemos como núcleo-motriz—, los EMDAF son percibidos socialmente como organizaciones culturales más o menos innovadoras, independientes y autónomas, a menudo casi únicos responsables de ofrecer espacios, voz y experiencias para las estéticas, contenidos y formatos emergentes en los campos de la música electrónica y las artes digitales.

A través de los tres bloques de acción principales de cualquier EMDAF —dirección, producción y comunicación— he analizado las estructuras, formas y relaciones organizativas de los EMDAF del sur de Europa. Si bien con departamentos y funciones claramente establecidas y con un grado de especialización profesionalizada, los núcleos motrices de los festivales estudiados se caracterizan por su actitud y relaciones preferentemente transversales, multidisciplinares, *multi-tasking*, simultáneas, colaborativas y acumulativas. En esta línea, hemos visto cómo las estructuras organizativas de los EMDAF se caracterizan por formas típicamente jerarquizadas —jerarquías piramidales verticalizadas— si bien con una excepción: el liderazgo del festival, tanto del evento-vitrina como de la organización y su actividad anual, no recae en una única persona, sino que es compartida y articulada de forma horizontal y colectiva a través de todo el núcleo-motriz, desarrollando así una modalidad organizativa de liderazgo compartido y colectivo.

De esta manera, a través de la introducción al núcleo motriz de los EMDAF y los tres bloques de acción, hemos ido profundizando también en los perfiles disciplinares y las carreras profesionales de las personas que están impulsando la escena de festivales de música electrónica y artes digitales en el sur de Europa. En este contexto, también es clave comprender que la mayoría del personal del núcleo-motriz no trabaja a tiempo completo para el festival, ni siquiera los responsables de la dirección artística y dirección general, a pesar de desarrollar carreras profesionales afines al sector de la música electrónica y las artes digitales. Los campos de la comunicación y el marketing digital aplicado al sector cultural, el sector del turismo, ocio y eventos, así como a la administración y gestión de empresas y la informática y el desarrollo e implementación de últimas tecnologías, también son algunos de los campos que se repiten entre los perfiles profesionales de las personas que lideran los tres festivales de música electrónica y artes digitales estudiados en profundidad.

Hemos observado otras áreas de trabajo, en cierta manera secundarias en relación a la dirección, producción y comunicación, pero a la vez, indispensables para los EMDAF: el área de hospitalidad, el área de seguridad y las organizaciones activas en prevención del daño en ambientes de ocio nocturno.

Por último, hemos analizado y aclarado el paradigma del voluntariado en el caso de los EMDAF estudiados en el sur de Europa. Hemos visto cómo a pesar de que para festivales como ROBOT significa una herramienta de apoyo importante en la realización de tareas concretas principalmente durante la celebración del evento-vitrina, no es una característica *sine qua non* en la naturaleza organizativa de la mayoría de los EMDAF sur-europeos. Sin embargo, observando de cerca el caso del festival ROBOT, he señalado el impacto positivo que efectivamente, la experiencia del voluntariado en festivales de música electrónica y artes digitales puede tener en las carreras profesionales de los voluntarios, además de otros efectos atractivos repercutidos a corto plazo por los propios voluntarios —como por ejemplo, la compensación en especie, con la entrada gratuita al festival—.

En resumen, los EMDAF del sur de Europa son identificados como pequeñas organizaciones de éxito con una importante labor para el impulso de los contenidos,

formatos y experiencias emergentes en los campos de la música electrónica y las artes digitales. Nacen y se consolidan, de forma autónoma e independiente, gracias al impulso emprendedor de un pequeño grupo de personas activas profesionalmente en el campo de la música electrónica y las *new media arts* así como en otros sectores próximos, si bien la dedicación al festival no suele ser a tiempo completo. A pesar de que los EMDAF están impulsados por un pequeño grupo de personas y en su mayoría los podemos considerar festivales pequeños o medianos según su dimensión en términos de público y financiación, se articulan a partir de estructuras jerarquizadas y piramidales, si bien a través de un modelo de liderazgo colectivo y compartido. Además de profundizar en las formas, relaciones y estructuras organizativas internas a partir de los tres bloques o departamentos principales de cualquier festival —dirección, producción y comunicación—, hemos abordado la importancia de otras áreas de trabajo fundamentales como son la hospitalidad, la seguridad o las labores de organizaciones dedicadas a la reducción de daño en entorno de ocio nocturno. A continuación, siguiendo con el análisis de la dimensión organizativa de los EMDAF, expondré cómo son y cómo actúan estos festivales de puertas hacia fuera: ¿cómo se relacionan los EMDAF con las instituciones públicas y con otras organizaciones del sector y sectores próximos? ¿Qué relaciones cultivan con patrocinadores y otros asociados o partes interesadas? ¿cómo articulan la organización del evento-vitrina en términos de financiación y comercialización?

CAPÍTULO 6

LA DIMENSIÓN ECONÓMICA Y LA VIDA INSTITUCIONAL

Si nos fijamos detenidamente en las webs oficiales, en los carteles, vallas publicitarias, programas de mano, *flyers* o *brochures* de algunos de los festivales de música electrónica y artes digitales más importantes de Europa, observamos a menudo una gran miscelánea de logotipos articulada bajo los títulos en inglés “*organization*”, “*main sponsor*”, “*institutional support*”, “*partners*”, “*media partners*”, “*content partners*”, “*technical partners*”, etc. Aparentemente, atendiendo al amplio ecosistema de apoyos y convenios institucionales, socios, patrocinadores y colaboradores, puede parecer que los EMDAF son posibles, nacen y se consolidan gracias al gran apoyo de estos. Sin embargo, como iremos viendo a lo largo de este capítulo, no siempre la cuantía material de los apoyos es relevante respecto a los presupuestos generales de dichos festivales, ni forman la fuente principal de financiación —a excepción del caso del festival Semibreve de Braga.

Durante el capítulo anterior hemos podido comprender cómo son y cómo funcionan a nivel organizativo los festivales de música electrónica y artes digitales en el sur de Europa de puertas para dentro; es decir, cómo son los equipos que impulsan el festival, cómo se organiza y estructuran los departamentos y tareas a realizar, cuánta gente trabaja en cada área y en qué consisten esos trabajos, etc. Durante este capítulo, examinaré las estrategias de financiación, comercialización, las relaciones institucionales y formas de *networking* en los EMDAF en el sur de Europa; es decir, su *milleux* organizativo y relacional de puertas hacia afuera.

En términos de fundamentación teórica y justificación analítica, con la *perspectiva de la producción cultural* (ver Anand, 2000; Dowd, 2007; Peterson, 1994; Peterson & Anand, 2004; Santoro, 2008) y los enfoques sobre los *campos organizacionales* (DiMaggio & Powell, 1983; 1991; Scott, 1995) y los *campos de acción estratégica* (Fligstein & McAdam, 2012) derivados del neo-institucionalismo como telón de fondo, en este capítulo me focalizo en las relaciones e interacciones que estos festivales cultivan con el ecosistema de actores y agentes, organizaciones e instituciones en el que cohabitan. Siguiendo con la línea argumentativa de estudiar los festivales no solo como eventos de corta duración sino como organizaciones permanentes y activas durante todo el año, en este capítulo, a partir de los tres casos de estudio, comenzaré exponiendo los modelos de financiación que encontramos en estos tres festivales. A continuación, observaremos las varias formas y estrategias de comercialización que estos festivales ponen en práctica —principalmente venta de tickets, puntos de bar y *merchandising*—. Profundizaremos en las relaciones con otras organizaciones, instituciones o redes y plataformas dedicadas al campo de las artes digitales y la música electrónica: subvenciones y otras ayudas públicas, formas y tipos de patrocinios, formas de co-financiación a partir de la coproducción de proyectos y estrategias de red, apoyo, divulgación y colaboración para generar visibilidad y repercusión internacional de los proyectos.

Los materiales empíricos empleados son principalmente las entrevistas semi-estructuradas en profundidad —sobre a los directores generales responsables de la gestión y administración del festival—, además de los datos generados a partir observación participante y las visitas etnográficas, así como la primera fase de investigación basada en el análisis de material documental y de archivo. Aunque incluyo algunos materiales y datos recogidos del listado de 10 festivales seleccionado en la segunda fase de la investigación, el análisis se articula principalmente a partir de los materiales empíricos pertenecientes a la tercera fase de la investigación y los 3 casos de estudios analizados en profundidad.

6.1. Introducción a la dimensión económica

Los festivales de música electrónica y artes digitales, como cualquier organización, necesitan de unos recursos para existir y operar de forma satisfactoria. Los EMDAF suelen ser festivales pequeños o medianos que intentan compaginar la naturaleza emprendedora e independiente que fundamenta su razón de ser, con las posibilidades de financiación privadas y estructuras de ayudas públicas, tanto a nivel local, como regional, estatal e internacional, además de otras estrategias de financiación basadas en los patrocinios privados y en la comercialización de servicios y productos. En términos generales, los EMDAF suelen buscar una cierta autonomía financiera para ejecutar con libertad el ecosistema de acciones comunicacionales, de experiencias, contenidos y formatos programados; en otras palabras, para actuar y operar a su aire y con más libertades, tanto en términos de contenido, como organizativos. Por otro lado, los EMDAF, reconociéndose como organizaciones dedicadas a la producción cultural y fundamentales en la dinamización del campo de la música electrónica emergente y las artes digitales, también aspiran a encontrar estructuras de apoyo institucional sólidas similares a las de los museos, centros de arte u otras instituciones dedicadas a la creación artística y la cultura pública. Sin embargo, estas posibilidades dependen directamente de los sistemas y estructuras de ayudas y subvenciones —principalmente gubernamentales, pero también privadas, como por ejemplo fundaciones— a las industrias culturales que implementa cada país —a veces, también dependientes a nivel regional o incluso local—. Tal y como comenta Oriol Pastor, director general y fundador del festival MIRA de Barcelona:

En España pues tenemos que encontrar el equilibrio entre actividades enfocadas al *ticketing* y cosas más emergentes y arriesgadas, persiguiendo nuestro objetivo de ofrecer a la gente la posibilidad de descubrir. En Holanda o Alemania, por ejemplo, podemos ver programas de festivales más arriesgados, porque tienen otras coberturas y otros programas de ayudas y financiación. [...] Nosotros funcionamos como una organización productora de cultura. No generamos un producto final de venta masiva. El festival en sí nos ayuda mucho a costear lo que hacemos, pero tampoco queremos basarlo todo en el evento. [...] Al fin y al cabo nos debemos a la gente que compra entrada. En ese sentido pues intentamos mantener la sostenibilidad de la organización, pero trayendo cosas diferentes, más experimentales y arriesgadas, alternativas a las propuestas más mainstream.

Tienen que darse a conocer otros proyectos diferentes, independientemente de su capacidad de ticketing. Y ese es nuestro esfuerzo, de todos estos festivales pequeños de electrónica más nicho y artes digitales. Creo que todos compartimos ese esfuerzo. [...] Pero en España es difícil. Además de ser cuantías reducidas, hablamos de subvenciones anuales, que tienes que competir todos los años, el dinero llega al año siguiente y todo eso. Es un apoyo, pero no ayudan realmente a sostener o impulsar la cultura.

(I.MIRA.Or.1)

En términos materiales, exceptuando el caso de Semibreve Festival, la mayoría de los EMDAF europeos financian entre un 50 % y un 70% de su actividad con la suma de los ingresos procedentes de su propio público: principalmente de la venta de entradas del evento-vitrina, además de la comercialización de productos y servicios durante el festival —normalmente *merchandising* y las bebidas²⁰ de los puntos de bar—, gestionados y administrados directamente por la organización. Aunque muchos festivales están únicamente formados como asociaciones culturales sin ánimo de lucro, el estatus legal no influye de forma considerable en el *modus operandi* del festival, ni en términos cualitativos o de contenidos, ni en términos organizativos o económicos. De hecho, la principal diferencia de los festivales formados bajo formas jurídicas sin ánimo de lucro como las asociaciones culturales, como en el caso de SEMIBREVE, MIRA o ROBOT, es que estas últimas están limitadas a la hora de un posible reparto de excedente útil en concepto de beneficios.

El status legal del festival ROBOT... viene definido por SHAPE, que es la asociación cultural que lo organiza. Shape es una asociación de promoción social, inscrita en el registro nacional del tercer sector. No somos una sociedad porque desde siempre hemos sido una asociación con actividad comercial reconocida, es decir, que busca generar ingresos comercializando servicios culturales en nuestro caso. No tenemos ningún tipo de ventajas fiscales por el hecho de ser una asociación cultural. Funcionamos exactamente igual que una sociedad, que una empresa, pagamos IVA

20 Normalmente, la propia organización de los EMDAF gestiona y administra todos los puntos de venta de bebida durante el festival. Sin embargo, nunca suele suministrar comida, sino que acuerdan el servicio de restauración con uno o varios puntos de comida rápida –pizzas, hamburguesas y similares–, normalmente en formato food-truks y de venta ambulante.

y el resto de impuestos, simplemente no repartimos beneficios entre los miembros o directivos de la asociación; sino que han de ser reinvertidos en las actividades de la asociación.

(I.ROBOT.An.1)

A continuación, realizo un repaso por las principales formas y estrategias de financiación de los festivales Semibreve, MIRA y ROBOT.

- El festival Semibreve de Braga, Portugal, con casi 5000 visitantes y un presupuesto de 120 000 euros para su edición en 2022, supone uno de los pocos casos europeos en los que un EMDAF se financia casi exclusivamente a través de financiación pública y nace de la voluntad institucional de desarrollar un festival innovador que fuera un referente internacional. Semibreve nació en 2011 en el marco de la convocatoria de la ciudad de Braga como Capital Europea de la Cultura Joven con financiación casi al 100% municipal, a través del Ayuntamiento de Braga, ideado y organizado por la cooperativa local de artistas Auaufeiomau. En los últimos seis años, el festival ha conseguido —bajo la solicitud y gestión de dicha cooperativa— el reconocimiento y la financiación directa de la Dirección General de las Artes, el organismo del Ministerio de Cultura de la República Portuguesa para la coordinación y ejecución de políticas de apoyo a la creación artística y las industrias culturales en Portugal. En cuanto a gastos, el festival portugués dedica el 60% a cachés y honorarios profesionales del elenco artístico, un 30% a producción y un 10% a comunicación.

En 2022 hemos tenido un presupuesto de unos 120 000 euros. El año que viene tendremos seguramente un poco más, casi 150 000. Más o menos siempre tenemos esto, intentamos no bajar de 100 000, pero tampoco mucho más. Toda la financiación es pública, bueno, toda no, pero casi 95%. Porque los billetes, podemos meterlos en el presupuesto del festival en realidad, pero no administramos nosotros ese dinero en realidad. Los tickets suman unos 20 000 euros, pero es dinero para pagar el alquiler de los espacios y el personal técnico, de Theatro Circo y de Gnracion. También ingresamos algo de *merchandising*, unos 4000 o 5000 euros. Y poco más, el patrocinio de Edigma con otros 3000 euros. Los ingresos de los ambigús también van directos para los espacios, para la gente que gestiona esos puntos de bar de Theatro Circo y Gnracion.

(I.SE.L/R.2)

- El festival MIRA de Barcelona, con casi 10000 visitantes y un presupuesto de más de 500 000 mil euros para su edición de 2022, ingresa menos de un 15% de financiación pública, procedentes del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya y del Ajuntament de Barcelona. Sin embargo, casi un 25% de los ingresos totales responden a patrocinadores privados, que, si bien pueden ir cambiando año tras año, suelen consistir en convenios de varios años de duración para poder proyectar estratégicamente la marca del festival asociada a la marca del agente asociado. Para la edición de 2022, el festival MIRA ha contado con SON Estrella Galicia como patrocinador principal y Bershka y DICE como patrocinadores secundarios. Por último, el resto, en torno a un 55% del total de ingresos, proceden del propio público: casi un 40% a través de la venta de entradas y casi un 20% de los ingresos del bar, que suele ser gestionado y administrado por la propia organización. En cuanto a los gastos, el festival catalán destina más de la mitad de su presupuesto a producción, en torno a 55-60%; seguido del bloque de dirección artística y programación con entre 30 y 35% y un 10% para comunicación.

Se nos va mucho dinero en producción. Las producciones y formatos que producimos son caros, la verdad. Todo lo estudiamos mucho, pero bueno, es nuestra labor, impulsar una escena artística diferente. Piensa que una instalación de arte digital o robótica aplicada pues cuesta a veces unos diez o quince mil euros, sin embargo, no vendes ni un ticket, nadie viene solamente a ver instalaciones. Por eso aquí no tenemos para dar sueldos, la gente colabora mucho. Trabajamos mucho, casi tres o cuatro meses a tiempo completo. Pero tenemos a lo mejor 3000 euros de sueldo democrático digamos, por edición, según la responsabilidad y el tiempo dedicado. Digamos que los que trabajamos en MIRA no vivimos de esto, pero nos encanta y nos costaría no dedicarnos a esto.

(I.MI.Or.1)

- El festival ROBOT de Bologna, con una afluencia de 8000 personas y un presupuesto de 250 000 euros para la edición de 2022, cuenta desde 2021 con una

financiación pública de casi el 35% del total de su presupuesto. En concreto, por orden de importancia y cuantía, ROBOT Festival recibe fondos de la *Regione Emilia Romagna* a través de la *Legge 37* para la promoción cultural en el territorio, del *Fondo Unico per lo Spettacolo* impulsado por el Ministerio de la Cultura, y por el Ayuntamiento de Bologna. Por otro lado, tan solo un 5 % corresponden a patrocinios privados, en torno a un 40% del total corresponden a ingresos de entradas y casi un 15% a ingresos provenientes del bar, gestionado y administrado por la propia organización. En términos de gasto, el festival italiano dedica casi un 40% a programación y dirección artística, casi otro 40% a producción, y casi un 20% a comunicación.

Durante las primeras ediciones, entre el bar y la taquilla cubríamos entre el 90% del total de los costes; así que, si no iba bien la edición, llovía a mares, por ejemplo, nos la comíamos con papas. Después poco a poco, por fortuna, fueron aumentando también los sponsors, aunque ahora no es una fuente de financiación principal. Pero sobre todo también con el trabajo de Elisa hemos ido consiguiendo mucha financiación pública. El año pasado conseguimos entrar en la ley trienal del ministerio del Fondo Único para el Espectáculo y ya tenemos una financiación más estable, sobre todo, y eso nos permite proyectar y ejecutar estrategias a medio y largo plazo. Actualmente tenemos una financiación pública anual que ronda los 100 000 euros.

(I.RO.F.G.1)

Como hemos podido observar, sobre todo en los casos del festival MIRA y ROBOT, la comercialización de servicios y productos —principalmente las propias entradas al festival y los servicios y productos de refrigerios típicos de cualquier bar— suponen en muchas ocasiones más de la mitad de los ingresos de los EMDAF. A continuación, en la siguiente subsección, profundizaré cuáles son las estrategias de comercialización de los EMDAF y cómo las ponen en marcha.

En resumen, las principales fuentes de ingresos de los EMDAF, en la mayoría de los casos, proceden del público asistente al festival: por un lado, de la comercialización de las entradas —entre el 30% y el 45%—; por otro lado, entre el 10% y el 20% de los ingresos proceden de la venta de productos y servicios —sobre todo bebidas— durante

el evento-vitrina. Dependiendo de los casos, los ingresos procedentes de subvenciones y otras ayudas públicas oscilan entre el 15% —por ejemplo, para el festival MIRA, L.E.V. o MuchoFlow— y el 35% —para el festival ROBOT—, excepto en el caso de Semibreve que supera el 90% del presupuesto total. Por último, hemos comprobado como el *merchandising*, a pesar de la vistosidad que a menudo ofrece a los festivales, es una fuente de ingresos muy minoritaria, llegando en muchos casos a suponer menos del 3% del total de ingresos generados. Sin embargo, si bien los puntos de venta de bebidas se pueden percibir como un servicio extra o no exactamente propio de un festival de música y artes —al ser un servicio común a muchos otros eventos y propio del sector de la hostelería—, resultan un servicio clave para la viabilidad y sostenibilidad material de este tipo de festivales, puesto que generalmente llegan a suponer entre el 10% y el 15% o incluso el 20% de los ingresos totales.

Por lo tanto, si bien los presupuestos generales de los EMDAF son variables en términos de ingresos, según los factores y características señaladas, el reparto del gasto suele ser muy similar: por lo general, los festivales dedican entre el 40 y 50 % a producción, en torno a un 40% o 50% a programación de contenidos, y entre un 10 y un 20% a comunicación.

A continuación, vamos a profundizar de qué manera, este tipo de festivales estructuran sus ingresos procedentes de las ventas de entradas, productos varios y *merchandising*.

6.2. Formas de comercialización

Dentro de las diferentes vías de ingresos de los EMDAF, la comercialización de entradas y otros productos ocupa la primera posición en la mayoría de los casos; es decir, ingresos procedentes del público. Las dos principales vías de comercialización de la mayoría de EMDAF son la venta de entradas para sus eventos y actividades; seguida de los ingresos generados a través de la comercialización de productos y servicios durante los eventos-vitrina, mayormente a partir de los puntos de refrigerio y bares. Las otras dos formas de

financiación principales —patrocinios y subvenciones o convenios con instituciones públicas— las analizaré más adelante en las siguientes secciones.

La gran mayoría los festivales estudiados y situados en el mapeo de EMDAF que realicé durante la primera fase de este proyecto de investigación siguen un patrón similar en las formas y estrategias comercialización de sus entradas, que presento a continuación siguiendo su orden cronológico hacia la celebración del evento-vitrina:

- Algunos festivales aprovechan la euforia, *engagement* y atractivo generado durante su evento-vitrina para poner un número de entradas a la venta para la siguiente edición. Por ejemplo, el festival Semibreve, ofrece las entradas para la próxima edición *in situ*, durante la celebración de la edición actual, desde el punto de *merchandising*. Estas entradas tienen un precio reducido de casi un 40%, además de venir con algún obsequio o recuerdo, como por ejemplo el poster de la edición actual, unos tapones para los oídos serigrafiados con el logotipo del festival y una bolsa de tela tipo *tote-bag*. Sin embargo, también hay muchos festivales que no aplican esta estrategia, por varios motivos:

Eso está bien en realidad cuando no tienes límite de aforo. Si puedes vender tanto ocho mil como diez mil o doce mil entradas, o veinte mil, pues sí. Pero muchas veces no conviene. Porque todas esas entradas las vendes más baratas. Si pones quinientas entradas o incluso mil a la venta, a cincuenta euros y su precio normal hubiera sido setenta, pues dejas de ganar veinte mil euros. Si esa gente va a comprar la entrada igualmente y vas a conseguir llenar tu aforo y hacer sold out, no conviene. Además, supone un extra de esfuerzo y organización en una fase del festival en la que ya estás al límite. Al público si le interesa, está claro. Pero la verdad es que no suele sobrar como para hacer este tipo de sacrificios a nivel económico. [...] Nosotros hacemos eso más o menos con el típico early bird, en lugar de 80 o 90 euros que es el precio final, pues abrimos las primeras 100 entradas a 60 euros. Algo así. Pero bueno, empezamos en primavera con eso. Desde que acabamos una edición damos unos meses de pausa, normalmente hasta marzo, abril o a veces incluso junio, hasta que abrimos venta de entradas y anunciamos primeros nombres.

(I.RO.An.1)

- Los EMDAF planifican la ejecución de las acciones de comunicación y marketing enfocadas a la comercialización y especialmente a la venta de entradas de formas diferentes: algunos realizan un primer pico de la campaña de comunicación unos seis meses antes de la celebración, lanzando a la venta las entradas para la próxima edición, posicionando las fechas como uno de los elementos informativos principales. También es habitual presentar contenido audiovisual del festival a modo de anuncios —con publicidad pagada— y otras veces de forma orgánica, recuperando parte de la galería de fotos de la edición anterior, con el objetivo de traer a la mente del público algunos de los momentos y recuerdos más brillantes de la edición anterior, de recordar la experiencia para generar *engagement* y atracción hacia la próxima edición. En algunos casos, se anuncian las primeras actividades y artistas confirmados, normalmente, un artista importante o cabeza de cartel. De esta manera, el público, aprovechando que las entradas están más baratas y que encima podrán disfrutar de un gran grupo o artista, se apresura a comprar las entradas. Normalmente, en los casos en los que el festival comienza su comunicación muy pronto, seis o siete meses antes de la celebración de la próxima edición, la intensidad es reducida y muy progresiva o incluso intermitente²¹. Sin embargo, otros festivales, como por ejemplo L.E.V., MuchoFlow o MMMAD, comienzan de forma más apresurada tan solo dos o tres meses antes de la celebración del festival, condensando de forma muy intensa la ejecución de todas las acciones comunicacionales y de marketing planificadas.

Esto depende también de las fechas. Hay que tener mucho cuidado con el verano porque julio y agosto son meses vacíos, la gente gasta dinero en sus vacaciones, pero no en un festival que se celebra en otoño. Ahora estamos intentando mejorar eso, pero ha habido muchos años que hasta septiembre no hemos podido lanzar los primeros nombres y arrancar fuerte con la venta de entradas.

(I.MI.Or.1)

²¹ Algunos festivales, por ejemplo, anuncian sus fechas y uno o dos artistas con mucho tiempo de antelación con el objetivo “*save the date*”; decir, con la idea de que el público reserve esas fechas para el festival. Sin embargo, a menudo pueden pasar, después del anuncio de las fechas y el primer pico de comunicación, uno, dos o hasta tres meses hasta retomar la actividad comunicacional.

- Por norma general, encontramos varios tipos de entradas, con el objetivo de ofrecer al público el máximo grado de flexibilidad en su decisión de asistir al festival. La entrada completa, a modo de pase o abono, normalmente bajo el nombre de “*pass*” o “*full pass*”, suele dar acceso a todas²² las actividades organizadas por el festival durante los dos o tres días de celebración del evento-vitrina. Sin embargo, es habitual encontrar entradas para cada uno de los días del festival, por separado. A menudo, también encontramos la posibilidad de seleccionar una entrada que da acceso a un único espacio, o por ejemplo solo a las actividades de noche y no a las de día, o viceversa. En festivales grandes y macro-festivales como Sónar, solemos encontrar pases VIP que dan acceso a zonas con algunos servicios exclusivos —normalmente de restauración y descanso— ; así las llamadas acreditaciones profesionales, que dan también acceso a actividades enfocadas al *networking*, investigación e intercambio entre profesionales del sector. El precio final medio de una entrada completa o abono para los EMDAF del sur de Europa, si bien suelen sufrir bonificaciones y descuentos según su fecha de venta, oscila entre los 60 y los 90 euros.

- Por último, sobre todo durante los últimos años en la tendencia de diversificar y expandir la celebración del evento-vitrina hacia otros espacios o incluso otras fechas, muchos festivales han incluido las inauguraciones o cierres, con espectáculos relativamente exclusivos, que normalmente se celebran los jueves o domingos de la semana que se desarrolla el evento. En estos casos, la entrada para dicha actividad debe comprarse a parte del abono, con un precio medio de entre 16 y 24 euros.

Además de las entradas, que en muchos casos suponen entre el 30% y 45 % de ingresos del festival, la siguiente fuente de ingresos, también procedente del propio público del festival, viene de la venta de productos y servicios durante el evento-vitrina; mayormente, de la venta de bebidas, que en algunos casos suponen entre el 10% y el 20% de los ingresos de un festival. Si pensamos en un EMDAF mediano como MIRA o ROBOT, con una asistencia media de en torno a 2500 personas al día, podemos estimar fácilmente que los ingresos brutos procedentes únicamente de la venta de bebidas, gestionados y

²² En los últimos años se puede observar una tendencia a producir al menos una actividad fuera del abono o *full pass*. Esta actividad suele ser una de las actuaciones más representativas de la edición, o bien por la localización donde se realiza —iglesias, conventos, castillos— o bien por la notoriedad del grupo o artistas invitados.

administrados por la organización del festival. Teniendo en cuenta que el gasto medio del público asistente a este tipo de festivales sur-europeos, tan solo en bebidas, ronda entre 25 € y 40 € al día —para el viernes y el sábado—, estimamos que los ingresos brutos rondarán entre los 60 000 y 90 000 euros por día.

Hace diez años, yo me traía mis botellitas pequeñas escondidas y mis cositas. Ya me entiendes. Ahora bueno, es diferente, debería seguir haciéndolo la verdad, porque ayer me gastaría cerca de cincuenta euros y hoy seguramente lo mismo o más. [...] Es caro, pero a ver, tampoco mucho más que cualquier pub del centro. Empiezas con cerveza y ya al final pues siempre caen un par de copas. Un festi es así, tampoco vas todos los fines de semana. Pagas tu entrada, los 70 u 80 euros y luego otros 50 euros al día te gastas fijo. [...] Depende de lo que consumas también, si tomas otras cosas pues con agua vas bien servido. Pero es que ya, aquí, pero muchas veces en Sónar, o cositas así más gordas, hay incluso controles con perros que bordean los accesos al recinto. [...] Se están poniendo la cosa cara y complicada, ir de festival son mínimo 250 pavos.

(I.MI.Pú.3)

Sin embargo, es fundamental también tener en cuenta el aspecto situado de cada festival y el nivel de vida de cada país. En este sentido, por ejemplo, es de notar que los precios del festival portugués Semibreve son casi de la mitad²³ que la mayoría de festivales del sur de Europa.

Sí, es verdad que si lo comparas con otros países de Europa, Francia o no sé, de ahí para arriba, pues está bien de precio. De hecho, en dos semanas voy a Turín a un festival de fotografía y soy consciente de que seguramente gaste más del doble o el triple de lo que gastaría en Semibreve. A pesar de ser un contexto cultural similar: festival, gente local y gente internacional, música, arte y tal. Cambia mucho sí, incluso de España aquí cambia. Gijón, por ejemplo, o el WOS de Santiago, está aquí al lado, y todo cuesta casi el doble, sobre todo en Gijón.

23 Por ejemplo, el festival Semibreve vende sus abonos completos entre 40 y 60 euros, dependiendo de la fase de venta. Sin embargo el festival MIRA, vende sus abonos entre 80 y 95 euros, dependiendo de la fase de venta. Esto se nota aún más en los precios de las bebidas: en el festival Semibreve, los precios oscilaban entre los 2 € —para la cerveza— y 5 € —para cócteles y copas—. Sin embargo en Barcelona, en el festival MIRA, los precios de las bebidas iban desde 4.5 € —para la cerveza— y hasta 12 € —para cócteles y copas—.

(I.SE.Pú.2)

Por último, otra de las herramientas y estrategias de comercialización de los EMDAF es el *merchandising*; es decir, acciones enfocadas a la promoción comercial de la marca y la identidad del festival a través de la venta de productos a modo de *souvenirs* tales como camisetas, discos, fanzines o revistas, bolsas de tela tipo *tote-bags* o mochilas. Sin embargo, aunque es una especie de servicio *sine qua non* en los festivales, la realidad es que no aporta grandes beneficios económicos sino más bien estratégicos en términos de promoción y proyección de marca:

Es que tampoco se vende tanto. A lo mejor vendes 200 camisetas y 500 bolsas. Y les sacas a lo mejor diez euros a una cosa y cinco a la otra. Este año por ejemplo, creo que de merchan hemos generado unos ingresos netos de 4000 euros.

(I.RO.An.2)

A ver, es algo que tienes que hacer, es otro servicio más. Pero no renta tío, de verdad. Por ejemplo, las camisetas: prepara el diseño, mándalo, acuerda el precio, color, las tallas. Las tallas es otro follón. Siempre sobran, aunque lleves 20 años haciendo festivales y tengas experiencia, el merchan siempre falla. Haces mucho curro y sacas mil o dos mil euros de beneficio limpio. O haces algo muy potente y caro, una colaboración con una firma de moda, o no sé, NFTs u objetos chulos, o no se vende nada. Obviamente depende mucho de tu público, no es lo mismo Sevilla que Barcelona ni que Berlín o París.

(I.MW.Mi.1)

A ver esto es algo que lo sabemos todo que no renta. No renta porque es además algo que requiere mucha organización con proveedores, que no siempre son formales o el resultado es esperado, y que además es un coste fijo directo, que pagas por adelantado. Gastamos tres o cuatro mil euros en merchand y nunca sabes cuánto se venderá. De hecho, ahí están las cosas en la web en la parte de tienda a precio de costo casi. Pero bueno, se hace porque mola, porque luego si

cada año hay 300 personas que se pillan una *tote* o una *cami* del festi pues estás proyectando marca.

(I.MI.O.2)

En resumen, las acciones de comercialización —principalmente entradas, bebidas y otros productos ofrecidos en los eventos-vitrina—, proceden del público asistente evento-vitrina, suponiendo entre un 40% y un 65% de los ingresos totales del festival. Por último, hemos comprobado como el *merchandising*, a pesar de la vistosidad que a menudo ofrece a los festivales y la utilidad en términos de proyección y promoción de marca, es una fuente de ingresos muy minoritaria, llegando en muchos casos a suponer menos del 5% del total de ingresos generados. En cuanto a los servicios de bar, si bien los puntos de venta de bebidas se pueden percibir como un servicio extra o no exactamente propio de un festival de música y artes —al ser un servicio común a muchos otros eventos y propio del sector de la hostelería—, resultan un servicio clave para la viabilidad y sostenibilidad material de este tipo de festivales, puesto que generalmente llegan a suponer entre el 10% y el 15% o incluso el 20% de los ingresos totales.

Por último, las alianzas y convenios de patrocinio pueden ser otras formas importantes de comercialización y financiación, que examino a continuación.

6.3. El papel de los patrocinios

Los EMDAF, como todos los festivales, necesitan diversificar sus canales de capitalización y monetización para asegurar la viabilidad material y exitosos de sus eventos-vitrina. Ya hemos visto cómo, en el caso específico de los EMDAF, para la mayoría de los casos, las principales vías de financiación proceden del propio público asistente al festival —de las entradas y los ingresos generados por la venta de bebidas—. Sin embargo, al igual que la gran parte de festivales profesionalizados, los EMDAF desarrollan y cultivan relaciones con fines comerciales; es decir, con el propósito

de rentabilizar su actividad como organización, normalmente, de cara a favorecer el éxito de su evento-vitrina. Aunque los patrocinios en los festivales pueden ser de varios tipos, suelen consistir en inversiones monetarias por parte de entidades privadas con el objetivo de visibilizar y consolidar su marca de una forma más emocional, conectando con el público del festival, entendidos como clientes potenciales a través de la propia experiencia ofrecida por el evento-vitrina. Las marcas de cervezas, bebidas alcohólicas y refrescos son el tipo de patrocinio más frecuente en los EMDAF —y en general, también en los festivales de música. Normalmente, le suelen seguir marcas y empresas dedicadas al sector del automóvil, la moda, la comunicación, publicidad y distribución de contenidos. Sin embargo, existen otras formas importantes de colaboración y apoyo que más aún en el caso de los EMDAF, debido a su formato experimental y dimensiones pequeñas o medianas, son de vital importancia para el desarrollo de los eventos y la viabilidad de la organización: los *partners* o colaboradores asociados al proyecto.

El marketing experiencial es una de las metodologías del marketing más aplicadas en el campo de los festivales —sobre todo en los musicales (Schmitt, 2011; Schmitt & Zarantonello, 2013; Valderrama & Crespo-Pereira, 2021; Vila-López & Rodríguez-Molina, 2013). Las marcas saben que una de las mejores herramientas para captar clientes son las experiencias, y mientras más emocionantes, intensas y únicas, mejor. Los festivales, en general, y especialmente los musicales, al igual que los EMDAF, se caracterizan por ser ambientes que estimulan una interacción intensa, emocionante y concentrada, donde personas muy diversas, procedentes de diferentes lugares, pueden encontrarse a través de un marco común de contenidos, estéticas, experiencias y formatos determinados. Esto hace que los festivales de música electrónica y artes digitales, debido a las especificidades a nivel de contenidos y formatos, sean importantes escaparates para algunos sectores comerciales y profesionales determinados. Por lo tanto, parece coherente que haya una relación de beneficio recíproco entre los EMDAF y marcas del sector cervecero y de bebidas alcohólicas, de refrescos, o de otros campos profesionales y organizacionales como las plataformas de venta de tickets o de distribución de contenido cultural, de ocio o entretenimiento, además de los medios de transporte y otros negocios del sector turístico, así como de moda. Sin embargo, también encontramos

muchos EMDAF, que debido a su baja²⁴ repercusión en términos de número de visitantes, a sus formatos experimentales o su menor trayectoria, a menudo no afianzan convenios de patrocinio especialmente beneficiosos²⁵ para el festival.

Nosotros tenemos muy pocos patrocinios, casi a nivel residual. Tenemos una red de distribuidores locales que colaboran en cierta manera, pero no son patrocinadores. Quizá el concesionario Toyota, tal vez, porque nos presta dos o tres coches para hacer los transfers y movernos durante Semibreve por la ciudad y hacia el aeropuerto. En España es diferente, normalmente a las empresas les interesa patrocinar eventos mucho más mediáticos, más masivos, con más público. Primavera y cosas así. Un evento cultural como el nuestro, más o menos pequeño o mediano, o también otras cosas de arte contemporáneo, más tipo museos, o contenidos más experimentales y eso... no hay mucho. Hay marcas privadas como Red Bull que por ejemplo sí que apoyan este tipo de eventos más nicho, pero eso, sin grandes cantidades.

(I.SE.Lu.1)

Para comprender la naturaleza organizativa de los festivales de música electrónica y artes digitales es importante analizar las negociaciones y alianzas que estos festivales ponen en marcha con las marcas de cervezas y bebidas —alcohólicas y refrescos—. Es importante recordar que los EMDAF se caracterizan por un particular balance entre diferentes disciplinas, formatos y experiencias, priorizando las derivadas de la electrónica y la Electronic Dance Music Culture (EDMC), y deben ser observados desde sus raíces las fiestas, en los clubes y en las raves; es decir, por su carácter festivo y por su identidad enraizada en la *event-culture* (St. John, 2017). Esto quiere decir que el consumo de bebidas alcohólicas, además del consumo de estupefacientes, forma parte en cierta manera de la identidad y el *festivalscape* de muchos EMDAF —obviamente de unos más que de otros.

24 En relación a otros festivales de música, como por ejemplo el Medusa Sunbeach Festival o el Arenal Sound con más de 300 000 visitantes, Mad Cool, Rototom Sunsplash o Primavera Sound con más de 200 000 visitantes, o Sonar y Bilbao BBK Live con más de 100 000 visitantes, los EMDAF europeos – exceptuando muy pocos casos como Sonar en Barcelona o Nuits Sonores en Lyon– presentan un número de visitantes poco relevante para marcas con grandes capacidades y aspiraciones en términos de marketing experiencial.

25 A menudo suelen ser patrocinios en términos de materia prima o bien descuentos según el volumen de ventas.

Los patros dan mucho curro. Pero son muy importantes. Nosotros siempre intentamos conseguir un patro grande para el nombre. Desde hace ya varios años somos Alhambra Monkey Week. También hemos sido varios años Deezer Monkey Week y Monkey Week SON Estrella Galicia. Luego, conseguimos otros de más de diez marcas, desde marcas de ropa, tipo Vans por ejemplo, o eso, marcas de streaming y distribución de contenidos por ejemplo: Deezer...Otras bebidas como Red Bull, Jager, Anís del Mono, etc. Luego las instituciones. Los patrocinios de las instituciones son importantes. El Monkey no es solo un festival para el público sino que es casi más bien una feria profesional, casi un 30% de nuestras entradas son acreditaciones profesionales; por lo tanto, la SGAE por ejemplo es esencial en Monkey. Y luego... no sé, ¡ah!, lo más importante después de las bebidas en realidad, los coches. Mini, Seat, Audi... suelen trabajar con festivales grandes. Ah, y las distribuidoras de entradas: DICE, Ticketea, Eventbrite y demás.

(I.OT.MW.1)

Los patrocinios pueden ser de muchos tipos y de muchas cuantías, lo cual se ve reflejado en la jerarquía de visibilidad que el festival otorga a dicho patrocinador. Por ejemplo, tenemos casos en los que el nombre de la marca del patrocinador se integra incluso en el nombre del festival, como principal patrocinador corporativo. Otras veces, aunque no es tan habitual debido al formato pequeño y mediano de los EMDAF, existen varios patrocinadores del festival, a menudo, enfocado a espacios o actividades concretas. Por ejemplo, el nombre de un escenario o área de contenidos:

- En el caso del festival MIRA en su edición 2022, encontrábamos el escenario The Cloud by SON Estrella Galicia, el escenario The Ground by DICE y el espacio dedicado a las proyecciones audiovisuales a 360º DOME by BERSHKA. Sin embargo, a pesar de encontrar de forma más o menos equiparable los tres espacios principales asociados a los tres patrocinadores principales, dado que el principal patrocinador corporativo es SON Estrella Galicia, encontramos su logo en todos los materiales impresos como único logo visible.



Figura 37. Programa de mano del festival MIRA en la edición 2022. Fotografía del autor.

Además, en estos casos, en los que una marca patrocina un espacio importante del festival, es habitual encontrar proyecciones audiovisuales en torno a la marca patrocinadora, además de otros elementos como vallas publicitarias y vinilos. Por ejemplo, en el caso del MIRA, dada la naturaleza hostelera del principal patrocinador —SON Estrella Galicia—, todo el mobiliario de la zona exterior, la terraza para disfrutar del servicio de *foodtrucks* del festival, era de SON Estrella Galicia.



Figura 38. Espacio exterior y zonas de bar y restaurantes del festival MIRA en la edición 2022. Fotografía del autor.



Figura 39. Espacio exterior y zonas de bar y restaurantes del festival MIRA en la edición 2022. Fotografía del autor.

Muchos EMDAF cuentan con una marca cervecera o de bebidas —alcohólicas o no alcohólicas— como principal patrocinador corporativo; a veces, integrando el nombre de la marca de la cerveza en el propio nombre del festival. Por ejemplo, en España, encontramos algunos casos en los que un EMDAF integra la marca de una firma

cervecera en su propio nombre, como en el festival WOS SON Estrella Galicia de Santiago de Compostela. El Festival MIRA, por ejemplo, se ha llamado durante muchas ediciones MIRA SON Estrella Galicia Digital Arts Festival²⁶. Actualmente, en 2024, el festival catalán ha cambiado de patrocinador principal, pasando a firmar convenio con Voll-Damm Doble Malta, otra marca perteneciendo al grupo cervecero Damm —también patrocinador del festival Sónar o Primavera Sound—, tercera marca en el ranking de patrocinios con festivales españoles con más de 20 acuerdos con festivales de música en 2023. En cuanto al resto de patrocinios en bebidas, en los EMDAF no solemos encontrar patrocinios importantes por parte de firmas de destilados, a diferencia de otro tipo de festivales musicales donde por ejemplo firmas como Jägermeister, Brugal, Absolut Vodka o Beefeater ocupan un papel principal entre el ecosistema de patrocinadores. En cuanto a los refrescos, en el caso de los EMDAF españoles, a diferencia de los festivales de música popular, mainstream o EDM-Pop, donde reinan las marcas Coca-Cola y sus derivados, (Mediabrand, 2023; Neolabels, 2020), encontramos a menudo la presencia de la marca Red Bull y las líneas de subproductos The Organics y el proyecto de la marca Red Bull Music Accademy.

Por otro lado, la mayoría de los festivales de artes digitales y música electrónica, además de contar con uno o dos patrocinadores principales, suelen cultivar alianzas de apoyo con muchos colaboradores asociados al festival o *partners*, que a menudo se suelen dividir por sus funciones o perfiles profesionales, que desarrollamos a continuación, en la siguiente sección.

6.4. *Partners*, redes de colaboración y formas de *networking*

La principal diferencia entre las formas de patrocinio y las formas de colaboración o apoyo de los *partners* es que esta última suele consistir en la realización de servicios o colaboración en especie, en lugar de implicar transacciones monetarias. Otra diferencia

²⁶ Hasta 2024, a pesar de que el área de patrocinios de la cervecera Estrella Galicia —SON— seguía siendo el patrocinador principal del festival MIRA, no figuraba como parte del nombre.

importante entre grandes marcas enfocadas al patrocinio corporativo de macro-festivales —como por ejemplo firmas cerveceras, de refrescos, o del sector del automóvil— y los *partners* o colaboradores asociados que solemos ver en los EMDAF, es la alianza, compañía y cercanía profesional que se da entre estos últimos y los festivales. Por ejemplo, muchos *partners* son agentes, organizaciones o entidades del sector o de campos próximos, como por ejemplo la comunicación cultural, el marketing digital, la innovación y tecnología aplicada a la creatividad, etc.

Los festivales suelen clasificar y dar visibilidad a sus *partners* a través de sus elementos comunicacionales según sus categorías, por sus nombres en inglés: *content partners*, *media partners*, *location partners* y *technical partners*. Normalmente, en estos casos, cada *partner* acuerda un tipo de servicio muy concreto relacionado con su actividad profesional habitual: coproducción de algunos espectáculos o contenidos determinados, con la realización de servicios de comunicación o periodismo especializado, con la cesión de espacios para la realización de actividades, y con servicios de asesoría o instalaciones técnicas para el desarrollo del festival; respectivamente. Sin embargo, a pesar de que muchos de estos servicios no son exactamente colaboraciones altruistas en concepto de apoyo al festival sino encargos o servicios contratados, es relevante el empeño mutuo —tanto de los *partners* como de los propios festivales— en señalar y visibilizar estos vínculos, relaciones y formas de colaboración y apoyo mutuo.

Siempre es más interesante que en tu web y en tu programa de mano aparezca una sección de media *partners*. No es que sean exactamente socios colaboradores y su colaboración sea cubrir el festival gratuitamente, ni mucho menos. Pero para nosotros es interesante que aparezcan como piezas clave en nuestro plan de comunicación. Igual que es importante que por ejemplo unir fuerzas con L.E.V. Las redes legitiman, hacen ver al mundo que no estás solo y que nuestro trabajo como organización está respaldado por mucha gente y otras entidades clave de la escena o del sector.

(I.SE.Ra.1)

- El festival SEMIBREVE, a pesar de contar con más de un 90% de su financiación procedente de entidades públicas como el Municipio de Braga y la Direção-Geral das

Artes —equivalentes al ayuntamiento de la ciudad y al ministerio de cultura a nivel estatal—, también cultiva unas relaciones con otras entidades y organizaciones beneficiosas para el festival. En el caso del festival portugués, los colaboradores asociados al festival se dividen entre *partners* y *media partners*: entre los primeros incluyen colaboradores en materia de espacios y localizaciones, así en como en materia de contenidos y realización de servicios específicos o apoyo concreto a determinadas actividades; y en los segundos, incluyen todos los medios de comunicación que han cubierto el festival de forma oficial. Sin embargo, en algunos casos, los *partners* apoyan el festival, además, con una pequeña cantidad monetaria. Por ejemplo, el festival portugués SEMIBREVE cuenta con el apoyo de la empresa de tecnología Edigma, empresa portuguesa líder del sector tecnológico en materia de desarrollo de experiencias interactivas, tecnologías multitáctil y proyectos de señalización digital. Edigma patrocina el Edigma Semibreve Award, financiando el montaje de las instalaciones artísticas y un premio monetario por un total de más de 3000 euros.

Por otro lado, también encontramos un buen abanico de espacios y edificios singulares, en su mayoría eclesiásticos, algunos desacralizados y otros no; además de espacios museísticos importantes de la ciudad: Museu Nogueira da Silva, Monasterio de Tibaes, Seminario de Nossa Senhora da Conceição y la Capella Inmaculada y el Santuario de Bom Jesus do Monte.

Creo que debemos leerlo como un camino conjunto, crecer acompañados. En todos los aspectos, en relación a las instituciones, a las universidades, a otros agentes, también privados. Intentamos cultivar estas relaciones en todos los campos que tengan una relación con la práctica artística y con la innovación, quizá a priori no son obvias, pero se pueden desarrollar con esfuerzo.

(I.SE. L&R.1)

Siguiendo la línea de estos últimos ejemplos, los *location partners* de los EMDAF suelen ser organizaciones y entidades asociadas a espacios o edificios singulares de la ciudad, a menudo iglesias o capillas ex-consagradas, o también las aulas magnas de algunas universidades, así como espacios institucionales dedicados al arte, como museos, fundaciones o centros de creación contemporánea. Los *location partners* son

fundamentales para el festival, porque permiten a la organización desarrollar actividades en espacios y edificios singulares de una ciudad determinada que normalmente no abren sus puertas a experiencias relacionadas con la música electrónica y las artes digitales. Por tanto, la estratégica colaboración con determinados *location partner* puede generar un valor añadido y beneficio recíproco entre los festivales y dichos espacios, al conseguir que mucha gente se acerque a estos espacios por primera vez gracias al contexto generado e impulsado por el festival.

Otra de las formas en la que nos relacionamos con la ciudad es a través de los espacios que activamos por y durante el festival; y que a priori no son espacios comunes o dedicados normalmente a la producción cultural. Ahora estamos en una Capilla. Cuando por primera vez traemos aquí el festival es una gran sorpresa, para todos. Porque aquí se hace música sacra, y bueno, SEMIBREVE no programa música sacra, aunque a veces puede parecerlo (risas). [...] Que un festival de música electrónica y artes digitales consiga esto es algo importante, y esto habla de cómo SEMIBREVE se relaciona en la ciudad. Pero por otro lado hay una relación de estrategia institucional y relaciones con *partners* que es fundamental, porque el festival se va legitimando gracias a las grandes instituciones locales: por el ayuntamiento, la iglesia, universidades y otras entidades académicas, y evidentemente a través de todo el tejido empresarial y tecnológico.

(I.SE. III.1)

Durante la decimotercera edición del festival ROBOT, encontramos una situación parecida al caso del festival portugués SEMIBREVE, en relación a los espacios y las localizaciones y espacios utilizamos para el desarrollo del evento-vitrina. El festival italiano, a diferencia de muchos festivales entre los que incluimos el festival MIRA, no se desarrolló en un único recinto, sino que cuenta con varios espacios que se van activando uno o varios días del festival para una o varias actuaciones y actividades concretas, repartidos por la ciudad: Accademia di Belle Arti —para la actividad de inauguración—, Palazzo Re Enzo —con actividades solamente durante el jueves—, Oratorio di San Filippo Neri —para las tardes del viernes y el sábado—, el club TPO para la noche del sábado, y el espacio principal, Dumbo —para las noches y madrugadas del viernes y el

sábado y otras actividades como charlas, talleres y seminarios repartidas durante el resto del fin de semana en los varios espacios dentro de las instalaciones.

La mayoría de estos espacios se consideran "*location partners*" y así puede visualizarlos e identificarlos el público en la página web y el resto de elementos comunicacionales del festival y además sirven de escaparate y beneficio mutuo, tanto para los espacios como para el propio festival:

¿Sabes a cuánta gente he escuchado ya decir: "pues si no fuera ROBOT no hubiera conocido nunca este lugar"? Y claro, son lugares históricos, patrimonio de nuestra ciudad. Creo que es una seña de identidad de ROBOT: recuperar viejos lugares y espacios de la cultura Emiliana que tienen una historia y descubrirlo a la ciudad, mostrarlo a las personas. Entonces no es solo mostrar y descubrir nuevos artistas y nuevas formas de expresión y comunicación, artes visuales, artes visuales... sino también crear justo ese diálogo entre música electrónica y contenidos muy actuales o digitales con lugares y espacios antiguos o patrimonio arquitectónico. [...] Hay una colaboración con muchas entidades.

(I.RO. Vi.1)

Ahora poco a poco estamos yendo hacia una dimensión en la que el festival está cada vez más difuso y repartido en la ciudad. La idea es aprovechar otro tipo de espacios también, este año por ejemplo una Iglesia ex-consagrada que tiene también un oratorio. Preferimos ver un concierto diferente, sentados quizá, en un espacio o edificio singular, en una iglesia o una capilla, donde hay más calidad y confort en la experiencia de consumo de la propuesta artística.

(I.RO. F.G.1)

Siguiendo con el caso del festival ROBOT, encontramos una jerarquía de patrocinadores y colaboradores parecida a la del festival MIRA: un par de firmas como patrocinadores principales y un gran abanico de *partners* —aún más amplio en el caso del festival italiano. Sin embargo, en ROBOT, seguramente, también debido a la naturaleza de los espacios, muy diferentes entre sí y con identidad propia —capillas, museos, facultades de bellas artes—, no se han usado las marcas de los patrocinadores o *partners*

principales para nombrar cada uno de los espacios o escenarios del festival —como sí sucede en otros festivales condensados en un único recinto, de carácter más mercantil, industrial o ferial como MIRA o Sónar²⁷—.

La verdad es que cada vez tenemos menos patrocinios. No es que no queramos ni mucho menos, pero dan mucho trabajo también, y ya no tenemos tanto poder en términos cuantitativos, al fin y al cabo. En 2014 venían 25 000 personas a ROBOT, llegamos a conseguir casi 50 000 euros en sponsors. Pero también gastamos más de un millón de euros. Ahora tenemos una tercera parte de público, y es lo que buscamos. En su día, después del año de la debacle, decidimos apostar por la calidad. Red Bull por ejemplo es un patrocinio importante para nosotros, pero es muy poco dinero en relación al presupuesto total del festival.

(I.RO.An.1)

En el caso del festival ROBOT, encontramos también un gran ecosistema de agentes e instituciones categorizados como *Media Partner* y los *Content Partner*: Rai Radio 3, i-D, noisey, soundwall.it, DICE, Parkett —para los medios asociados al festival— o Accademia Belle Arti Bologna, Conservatorio G.B. Martini Bologna, Anffas Bologna, Future Film Festival, Senza Titolo, NoApp, CoderDojo Bologna —para los socios colaboradores en materia de contenidos—. El festival italiano tiene además la particularidad de señalar algunos proyectos, colectivos, espacios y/o festivales afines como socios o *partners amigos*: Kalporz, Neu Radio, SentireAscoltare, Nicchia Elettornica, radiocittàfujiko, t-mag, eventeria, digital path. Estas colaboraciones suelen ir enfocadas a la realización de servicios profesionales en los campos de la comunicación cultural y/o periodismo especializado —para los *media partner*—, y a veces, colaboraciones a la hora de contratar a ciertos artistas para co-producir espectáculos determinados.

Un *partner* es alguien que hace algo que tiene que ver con lo que tú haces y con las ganas de colaborar entre ambos: por ejemplo, si nosotros, que, gracias al festival,

²⁷ El festival Sónar, que desarrolla su programación diurna desde hace más de una década en los pabellones Fira de Montjuic, mismo espacio donde el festival MIRA ha desarrollado su edición de 2022, también incorpora los nombres de las marcas de sus principales patrocinadores a los espacios principales del festival: Sónar Village by Estrella Damm, Sónar Park by Dice, SónarMàtica by Tezos, SónarÀgora by ISEA + HacTe, Lounge+D by Patreon, etc.

que tiene una importancia, una repercusión también a nivel internacional, pues si gracias a Marco, conseguimos convencer a un artista de que venga a un festival de la ciudad que no sea ROBOT, seguramente, lo mínimo es que ROBOT sea *partner* de ese festival. Porque estamos usando nuestras capacidades, nuestro trabajo, al fin y al cabo, para mejorar otra manifestación cultural. También funciona al revés. A veces un media *partner* local puede consistir en realizar una entrevista y un par de reseñas sobre los dos días grandes del festival, y bueno, pues dependiendo del trabajo que conlleve, a veces se paga como servicio; otras veces hacemos trueque por otra forma de colaboración, regalamos entradas para el festival, no sé, por ejemplo.

(I.RO.An.1)

Nos interesa a todos sin duda. Es una forma de mostrar que realmente hay una red, que hay contacto y ganas de crecer y colaborar entre diferentes sectores pero que a la vez están cerca unos de otros.

(I.SE.An.1)

Si pensamos en la comunidad de seguidores que los festivales de artes digitales y música electrónica acumulan entre todos sus canales de comunicación y redes sociales, cabe pensar que la visibilidad que alcanzan los *partners* de estos festivales gracias a estas redes y formas de colaboración es uno de los factores más beneficiosos para dichos *partners*. En algunos casos, al igual que explicábamos en el capítulo anterior dedicado al análisis organizativo interno de los EMDAF en relación al impacto que muchos festivales generan en las carreras profesionales de los voluntarios, gracias a estas relaciones de colaboración y tejido entre *partners* y festivales, muchas pequeñas o nuevos proyectos, colectivos, organizaciones o entidades, ven beneficiada su iniciativa gracias a la visibilidad y experiencia ofrecida por el festival. En este sentido, los EMDAF, a través de estas estrategias de colaboración cultivadas con sus *partners*, pueden influir positivamente en la imagen, visibilidad y legitimación de muchas realidades activas en el sector o en campos profesionales próximos, sobre todo, cuando estas últimas son novedosas o tienen aún poca repercusión. Por otro lado, de forma similar, los EMDAF, muestran su identidad como una realidad situada, calada e integrada en el ecosistema y tejido profesional y empresarial local, apoyándose en una red de colaboradores

asociados, legitimando su importancia y razón de ser, consolidándose también ante las instituciones y los organismos públicos como una organización y una actividad sólida y bien recibida por el sector cultural y el resto de sectores próximos.

6.5. Proyectos “Europa Creativa” dedicados a las artes digitales y la música electrónica.

Muchos festivales de música electrónica y artes digitales europeos, están o han estado asociados a algunas de las redes y plataformas para la divulgación y promoción de las estéticas emergentes en los campos de las artes audiovisuales, la creatividad digital y la música electrónica enmarcadas en el macro-marco de acción europea *Culture and Creativity* y *Creative Europe*²⁸, como por ejemplo *We Are Europe*, *Shape Platform* o *Re-Imagine Europe*. A continuación, expondré la importancia de estas plataformas y redes en la escena de EMDAF del sur de Europa.

Shape Platform - Sound, Heterogeneous Art and Performance in Europe, a partir de 2022, renombrada *Shape+*, es una plataforma europea cofinanciada a partir del programa de Europa Creativa —en el campo de la música—, que se dedica de forma explícita a fomentar y promocionar la divulgación y producción cultural y la creación artística en los campos de la música electrónica y el arte audiovisual de carácter emergente e innovador. *Shape* está compuesta actualmente por 13 organizaciones de 13 países diferentes, en su mayoría, o bien festivales de artes digitales y música electrónica, o bien centros de producción cultural y creación artística centrados en la intersección ciencia-arte-tecnología, se han impulsado entre 2015 y 2022:

- CTM Festival / DISK e.V. – Berlin, DE

28 En el portal web oficial de la Unión Europea se puede observar claramente la jerarquía de líneas de acción, marcos y programas específicos, así como los proyectos concretos desarrollar por fases de trabajo y calendarios según las distintas líneas de acción. Los proyectos *We Are Europe*, *Shape Platform* y *Re-Imagine Europe* se enmarcan todos ellos dentro del macro-eje *Culture and Creativity* y *Creative Europe*. (ver <https://culture.ec.europa.eu/creative-europe/creative-europe-culture-strand> y <https://culture.ec.europa.eu/creative-europe/projects>)

- Construction Festival / Kultura Medialna – Dnipro, UA
- Intonal Festival / Inkonst – Malmö, SE
- Les siestes électroniques / Association Rotation – Toulouse, FR
- MeetFactory – Prague, CZ
- Sonica Festival / MoTA – Museum for Transitory Art – Ljubljana, SI
- musikprotokoll im steirischen herbst / ORF – Graz, AT
- Rokolectiv Festival – Bucharest, RO
- schiev Festival – Brussels, BE
- Skaņu Mežs Festival – Riga, LV
- UH Fest / Ultrasound Foundation – Budapest, HU
- Terraforma Festival / Threes Productions Srl – Milan, IT
- Unsound Festival / Fundacja Tone – Krakow, PL

Entre 2015 y 2022, la plataforma *Shape* ha impulsado y ha ayudado a visibilizar, promocionar y distribuir los trabajos de 336 artistas: cada año, los miembros de la plataforma, eligen a un par de artistas, tras un meticuloso trabajo de comisariado, seguimiento e investigación de la escena artística emergente en torno a los campos de la música electrónica y las artes digitales. La plataforma actúa como intermediario y catalizador de nuevas relaciones entre artistas, eventos, organizaciones y festivales, potenciando la producción de nuevas piezas, espectáculos y encargos, así como la contratación de actividades, performances y conciertos de dichos artistas –conocidos como artistas *Shape*. Como resultado, gracias a *Shape*, la comunidad de artistas elegidos, casi medio centenar al año, ven impulsada su carrera de forma notable, ya que, además, muchos de estos artistas son emergentes y trabajan de forma independiente, sin agencias de *booking* ni representantes.

Sin embargo, desde el punto de vista de algunos festivales, al menos en el caso de los estudiados en profundidad durante este proyecto de investigación, también existen riesgos a tener en cuenta a la hora de participar e integrarse en estas redes y plataformas:

Son redes importantes porque ayudan mucho a los artistas y ayudan a dinamizar la escena. Si estás empezando y acabas de publicar un EP con contenido válido y tu

propuesta es emergente, una plataforma como Shape puede darte un empujón clave a la hora de visibilizar tu trabajo y lanzar tu carrera profesional. Pero también hace que todo se vuelva un poco igual: ellos van seleccionando artistas, van anunciando al artista Shape de la semana, la artista Shape del mes. Y al final es como que tienes que programar a esos artistas en casi todos los festivales europeos ese año. Por un lado, es algo maravilloso, porque hace diez años era mucho más difícil lanzar tu carrera como artista independiente, sobre todo si te dedicas a propuestas más experimentales. Pero ya está todo muy estandarizado como para que también en los festivales de electrónica experimental y artes digitales encontremos siempre a los mismos artistas, independientemente si el festival es en Barcelona, en Valencia, en Rotterdam o en Lyon.

(I.MI.An.1)

Las redes y las plataformas europeas son fundamentales, por supuesto, al fin y al cabo, sirven como punto de encuentro e intermediarios entre artistas y organizaciones, festivales, y demás. Su papel es importante y generan un gran valor en torno a la escena; pero también pueden suponer un riesgo en torno a la independencia o identidad de algunos festivales, por ejemplo, a la hora de articular los contenidos y diseñar la programación. Nosotros que hacemos SEMIBREVE por placer, no queremos estar constreñidos a programar un determinado número de artistas por el hecho de pertenecer a Shape, porque a lo mejor nos hace más ilusión explorar otras estéticas o discursos diferentes para esa edición.

(I.SE.L/R.1)

Si empiezas a programar el festival según un determinado proyecto o convocatoria europea, pensando en entrar en Shape, o otra red, en We Are Europe, no sé... creo que acabas dejando tu identidad, tu festival, un poco en segundo plano. También es importante recordar los requisitos y exigencias, que está bien que las haya, pero SEMIBREVE tiene 12 o 15 actividades y 6 o 7 tienen que ser desarrolladas por artistas asociados a Shape, pues estás haciendo un festival que en su 50% es igual a otras decenas de festivales europeos que trabajan en torno a estos contenidos. Y ese no es nuestro propósito.

(I.SE.L/R.1)

Por otro lado, *We are Europe* es un proyecto enmarcado en el programa Europa Creativa, lanzado en 2015 e impulsado por los festivales y organizaciones c/o pop Festival & Convention, Elevate, Insomnia, Nuits Sonores & European Lab, Reworks Festival & Reworks Agora, Sónar & Sónar+D, TodaysArt y Unsound (<https://weare-europe.eu/about/>). Es decir, *We are Europe* está conformada por algunos de los festivales más innovadores e importantes en los campos de la cultura digital y las estéticas emergentes para artes audiovisuales y la música electrónica en Europa. Este proyecto, que fue prorrogado por otros tres años en 2019, ha servido como *hub* y catalizador de nuevas relaciones internacionales enmarcada en la escena de los EMDAF europeos, entre artistas, promotores, agentes y actores culturales, organizaciones y espacios para la cultura, otros profesionales del sector, y también para el público general.

Para nosotros es muy importante estar ahí. Estas redes son oportunidades importantes por dos aspectos principales: primero porque SEMIBREVE es un festival pequeño y periférico con respecto a Europa, así que nos interesa acercarnos y generar relaciones con festivales y organizaciones pioneras en Europa, que están al fin y al cabo al frente y la vanguardia en este campo. Por otro lado, estas en concreto, los miembros de We Are Europe y Re-Imagine Europe, son realidades en las que nos reconocemos mucho a nivel estético. Por tanto, creemos que vamos tener acceso a co-producciones y participación que a priori, encajan mucho con nuestros propósitos.

(I.SE.L/R.1)

En términos operativos, las acciones más destacables y visibles de la plataforma We Are Europe se basan en comisariar, organizar y financiar, encuentros de reflexión e intercambio, producción de contenido y performances, que normalmente se desarrollan en los eventos-vitrina de cada uno de los festivales y organizaciones *partners* del proyecto. Por ejemplo, en 2019, el festival Sónar, al que tuve el placer de asistir, contó con la representación especial de dos festivales invitados como parte de la red y el proyecto We Are Europe: TodaysArt y c/o pop. Las actividades asociadas a We Are Europe consistieron en una serie de charlas y mesas redondas dentro de la

programación Sonar+D, así como actuaciones y performances bajo el comisariado de We Are Europe, que tuvieron lugar en el espacio SónarComplex y en los escenarios principales SónarHall y SónarXS.

Por último, abordo un ejemplo más de las relaciones que algunos de estos festivales cultivan con redes y proyectos europeos, a través del caso de estudio del festival SEMIBREVE y el proyecto Re–Imagine Europe. Re–Imagine Europe es un proyecto internacional europeo, activo desde 2017, que integra la colaboración y participación de catorce organizaciones artísticas interdisciplinarias de toda Europa, que pretende desarrollar nuevas sinergias entre audiencias, artistas, instituciones, investigadores y activistas. El proyecto tiene como propósito reforzar las habilidades de las artistas y facilitar el desarrollo de prototipos, nuevas obras de arte y nuevas herramientas tecnológicas (<https://rwm.macba.cat/es/re-imagine-europe>); con el objetivo de equipar y empoderar a los jóvenes europeos de cara a los desafíos sociales desencadenados por el rápido cambio climático (<https://re-imagine-europe.eu>). Actualmente, este proyecto se encuentra en segunda fase de renovación, desde 2023 a 2027, bajo el título “New Perspectives for Action” y la iniciativa del festival internacional holandés Sonic Acts en colaboración con el centro cultural holandés Paradiso, junto a la colaboración y participación de los festivales Elevate, Semibreve, así como las organizaciones para la cultura y las artes digitales:

- Elevate Festival (Austria)
- INA GRM (Francia)
- A4 (Eslovaquia)
- Borealis (Noruega)
- Kontejner (Croacia)
- BEK (Noruega)
- Rupert (Lituania)
- Disruption Network Lab (Alemania)
- Semibreve (Portugal)
- Parco d’Arte Vivente (Italia)
- Kontrapunkt (Macedonia del Norte)
- Radio Web MACBA (España)

Con Europa Creativa y con Re-Imagine Europe ahora sentimos que estamos dando un paso importante, sobre todo a nivel de identidad y legitimidad internacional. [...] En este caso, además, hay una financiación importante para el festival de 20 000 euros al año durante los próximos cuatro años. Pero además es muy interesante porque nos vamos a acercar a otra decena de organizaciones y festivales europeos que ponen en prácticas discursos similares y creemos que podremos cultivar relaciones positivas para la coproducción de contenidos y actividades concretas que podamos programar conjuntamente. [...] En esta red están festivales y organizaciones pioneras en este campo a nivel europeo. Esto es importante para nosotros en términos de visibilidad, a nivel de comunicación y todo eso. Pero, sobre todo, a nivel de pensamiento, a nivel de horizontes estéticos, también políticos. Estar en esta red nos ofrece un acceso a todos estos discursos, a todo ese pensamiento; es una forma de crecer y aprender muy importante.

(I. SE.L/R.2)

En conclusión, estas redes y plataformas para la divulgación y promoción de las estéticas emergentes en los campos de las artes audiovisuales, la creatividad digital y la música electrónica enmarcadas en el macro-marco de acción europea Culture and Creativity y Creative Europe desarrollan un importante papel en la configuración y estímulo de estos campos culturales. Estos proyectos, no solo impactan de forma positiva en la legitimidad y visibilidad de un determinado festival a nivel internacional, sino que a veces, dependiendo del programa o plataforma concreta, también actúan como patrocinadores y entidades cofinanciadoras del festival. Además, actúan no solamente como puntos de encuentro entre artistas y organizaciones dedicadas a la producción cultural en dichos campos y disciplinas artísticas, sino que además, actúan en muchos casos como mediadores, facilitadores, a modo de agencias de *booking*, estimulando nuevas producciones artísticas y empujando las carreras profesionales de muchos artistas.

Sin embargo, también hemos visto cómo en algunos casos, también pueden suponer un riesgo de estandarización y falta de originalidad, autenticidad e identidad para algunos festivales, en la medida en que estas plataformas pueden estimular que un cierto y

determinado número de artistas aparezcan repetidamente en los principales EMDAF europeos.

Por último, un carácter clave de este tipo de proyectos y plataformas es que al igual que los propios EMDAF, suelen ser iniciativas independientes. Es decir, suelen ser plataformas y proyectos que nacen de organizaciones, asociaciones y festivales —no a través de programas o ayudas públicas previamente diseñadas— normalmente, como beneficiarios de una convocatoria europea para proyectos de media y larga escala dentro del marco de Creative Europe.

Europa siempre es como dar un pasito más: que la Comisión Europea y Creative Europe premie y apoye nuestro sector y la escena de festivales, y sobre todo a los artistas, es algo muy importante. Nosotros llevamos haciendo el festival más de diez años y es una realidad consolidada en nuestra ciudad, una de las realidades más importantes en el campo de las media arts y la música electrónica experimental. Aprovechar el impulso que otra gente como nosotros, que ha sido capaz de lanzar y arrancar proyectos de envergadura europea con casi medio millón de euros al año de presupuesto, es algo que no podemos dejar pasar. Siempre y cuando, no nos desvíe de nuestros propósitos como organización.

(I. SE.L/R.2)

También existen otras redes y proyectos altamente institucionalizados de gran importancia para los EMDAF, como por ejemplo la red de Ciudades Creativas de la UNESCO, en la que tanto SEMIBREVE como ROBOT son socios integrantes de estos títulos. A continuación, profundizaremos en este tipo de redes y en el resto de relaciones institucionales y las formas de financiación procedentes de organismos públicos.

6.6. Relaciones institucionales, políticas culturales y subvenciones

La mayoría de festivales de música electrónica y artes digitales del sur de Europa cuenta con el apoyo de organismos e instituciones públicas, sobre todo a nivel local y regional, y en algunos casos, a nivel estatal e incluso internacional. A continuación, expongo, a través de los casos de estudios, de forma combinada y comparada, los aspectos clave en materia de relaciones institucionales, políticas culturales y subvenciones públicas.

- El festival SEMIBREVE es un caso excepcional en Europa en cuanto su financiación, si bien siendo uno de los festivales más pequeños de Europa con un presupuesto que excede por poco los 100 000 euros, procede en más de un 90% de organismos públicos. Más específicamente, el Municipio de Braga y la Direção-Geral das Artes —equivalentes al ayuntamiento de la ciudad y al ministerio de cultura a nivel estatal—, financian casi la totalidad del festival portugués. En cuanto a la financiación municipal, el festival SEMIBREVE tampoco ha de concursar año tras año para “justificar” dicha financiación, sino que, a través de un convenio específico entre la cooperativa que organiza el festival —Auaufeiomau— y el ayuntamiento del municipio, cada año se financia el festival de forma semi-automática, considerándolo una pieza clave en la política y agenda cultural municipal, y la actividad más importante para el campo de las media arts y la música electrónica experimental.

Desde que nació es un convenio específico que renovamos cada año, de forma natural. Es un poco diferente a otras propuestas de festivales porque, aunque la idea de hacer este tipo de festival fue nuestra, sí que recibimos de alguna manera el encargo de hacer un festival creativo e innovador. Por lo que bueno, desde primera hora existe ese compromiso de la institución en impulsar algo así.

(I. SE.Ra.1)

Sin embargo, el festival también cultiva otras alianzas y relaciones institucionales, por ejemplo, con la Universidad do Minho y el marco de acción en relación a Braga Ciudad Creativa de la UNESCO para las Media Arts.

SEMIBREVE ha llenado en cierta manera un vacío en el campo del arte emergente, de las media arts y de la música contemporánea y experimental. La ciudad abrazó el festival y viceversa. El festival nace en 2012 y años más tarde, gracias a la

existencia de este festival, que estaba creando un legado importante, Braga es galardonada como Ciudad Creativa de la UNESCO en el campo de las Media Arts, en 2017. Las instituciones saben que este título es una forma de poner a Braga en el mapa internacional. Y también saben que en buena parte es por SEMIBREVE, porque gracias al festival la ciudad fue visible en Europa. Por eso también han apoyado el festival desde sus comienzos y lo siguen apoyando.

(I. SE.III.1)

En este sentido, el festival se relaciona con la Universidad do Minho, no solo de cara a colaboraciones en materia de cesión de espacios, sino como una organización clave y asociada en la nueva línea formativa de la Universidad do Minho a través del lanzamiento en 2021 del Máster doble en Media Arts, a su vez, una de las líneas de acción dentro del plan estratégico de Braga Media Arts. La Red de Ciudades Creativas de la UNESCO (UCCN) se creó en 2004 para promover la cooperación con y entre las ciudades que han identificado la creatividad como un factor estratégico para el desarrollo urbano sostenible. (<https://www.bragamediaarts.com/en/uccn/>). Si bien el festival SEMIBREVE no es un eje cardinal del plan estratégico de la ciudad de Braga respecto al marco “Braga Ciudad Creativa de la UNESCO en el campo de la Media Arts”²⁹, siempre ha sido considerado, tanto por sus organizadores, como por las instituciones de la ciudad, como por la opinión pública de la comunidad de artistas locales, como una pieza clave hacia este título:

Semibreve sirvió sobre todo para reflexionar sobre las propias políticas culturales de la ciudad. [...] A mi sirvió para mi trabajo actual, como director creativo del centro Gnración, que es el principal espacio municipal dedicado a la creación y cultura contemporánea. SEMIBREVE sirve de agitador importante en torno a las propuestas creativas contemporáneas, a la música más experimental... Y por esto también Semibreve pues ha sido una especie de vía para conseguir cosas importantes como Braga Ciudad Creativa de la UNESCO para las Media Arts. Y también con Gnración, cada vez más. Con estos proyectos estructuramos la ciudad

29 El plan estratégico se puede descargar aquí <https://www.bragamediaarts.com/en/uccn/#what-is-the-unesco-creative-cities-network> (último acceso 5 de abril de 2023)

y generamos las políticas culturales, por ejemplo, ahora también, Braga es candidata finalista para la Ciudad Europea de la Cultura en 2027.

(I. SE.L.1)

- El festival ROBOT, durante los últimos años, se ha esforzado mucho en legitimar el festival como uno de los máximos referentes italianos para la exposición y divulgación de contenidos y propuestas emergentes en el campo de la creatividad digital y la música electrónica. En 2021, el festival ROBOT tuvo unos ingresos públicos por valor de casi 60 000 euros. Sin embargo, en 2022, gracias la entrada del festival como proyecto financiado por el “Fondo Unico per lo Spettacolo” en el sector de festivales de música contemporánea –una ayuda de carácter trienal procedente del Ministerio de Cultura del estado italiano– ha recibido financiación pública por valor de más de 100 000 euros: un 48% procedentes de la Regione Emilia–Romagna bajo la Ley 37/2019 para la promoción cultural; un 40% procedente del Ministerio de Cultura a través del “Fondo Unico per lo Spettacolo”; un 12% procedente del Ayto. de Bologna. Por otro lado, de forma similar al contexto relacional entre el festival SEMIBREVE y el título de Braga Ciudad Creativa de la UNESCO para las Media Arts, el festival ROBOT, también tiene un papel significativo en la representación de estéticas emergentes en el campo de la música contemporánea en relación al título de Bologna UNESCO Ciudad Creativa de la Música:

ROBOT tiene un gran mérito en relación al título de Bologna Ciudad Creativa de la UNESCO, que es algo importante y que se justifica en varias cosas, en contenidos, en un tejido cultural y artístico, etc. ROBOT ha sido una realidad clave y ha conseguido llenar de sentido y contenidos esta medalla de Bologna – Ciudad Creativa de la UNESCO. [...] ROBOT, sobre todo en las últimas ediciones, ha conseguido crear un discurso en torno a la creatividad joven, a las nuevas propuestas y estéticas. ROBOT es una manifestación que funciona como una especie de catálogo vivo del estado del arte de la música electrónica en Italia. Si quieres saber qué está pasando en la escena de la música electrónica italiana debes pasar por ROBOT. Para las instituciones, tanto para el Ayuntamiento de Bologna, como para la Región de la Emilia y Romagna, ROBOT, hoy por hoy, es una manifestación cultural de obligada referencia. Que ROBOT haya conseguido este reconocimiento, y ser beneficiario del *Fondo Unico per lo Spettacolo* del Ministerio de Cultura no solo habla de la importante labor que este festival está llevando a

cabo de forma específica, respecto a sus contenidos y a su labor artística, sino también de cómo está contribuyendo al proceso de legitimación de la música electrónica y los festivales a nivel institucional. Esto es fundamental, porque, de hecho, que la institución pública, la administración y la *burocracia italiana* reconozca ROBOT, y el valor cultural de la música electrónica, es un paso fundamental, que no es algo evidente, al menos en Italia.

(I. RO.PF.P.1)

- El festival MIRA, aunque en su última edición en 2022 cambió de espacio y se desarrolló casi en su totalidad en el espacio de ferias y congresos Montjuic Fira Barcelona —mismo espacio donde se desarrolla al festival Sónar de día desde hace más de una década—, siempre se celebró en varios espacios de la ciudad, teniendo como centro y espacio principal el espacio de producción cultural y creación contemporánea Fabra i Coats-Fàbrica de Creació di Barcellona³⁰. Este centro, funciona desde 2008 como un espacio vivo en el ecosistema cultural barcelonés, gracias al impulso del Institut de Cultura de Barcelona, organismo perteneciente al Ayuntamiento de Barcelona. Otros espacios institucionales donde el festival MIRA se han celebrado en anteriores ocasiones han sido: Centro Ars Santa Monica, CCCB, L’Auditori, Teatre Lliure de Grasià, y el reciente Centre d’Arts Digitals IDEAL. De hecho, como mismamente Oriol Pastor, el director general del festival MIRA explicaba en una entrevista de 2015, para el festival «es muy importante continuar expandiendo el festival hacia espacios institucionales de la ciudad, tanto municipales como regionales, espacios públicos, con actividades gratuitas y abiertas a todos los públicos» (<https://artssantamonica.gencat.cat/ca/detall/Entrevista-Oriol-Pastor-MIRA-Festival-00001>).

Sin embargo, a pesar de cultivar relaciones institucionales, con museos y centros dedicados a la cultura contemporánea, más allá de las subvenciones públicas enfocadas a la promoción y apoyo a la producción cultural, también el festival ha sufrido obstáculos de vario tipo:

30 Para más información sobre Fabra i Coats-Fàbrica de Creació di Barcellona ver el siguiente sitio web: <https://www.barcelona.cat/fabraicoats/>

En Ars Santa Monica dejamos de programar una parte del festival porque un año, aunque teníamos ya las fechas y todo cerrado, entró un proyecto suyo y al final no se pudo realizar, porque no era compatible. Con lo que perdimos un año, mucho trabajo en valde, así que no lo volvimos a hacer. En el CCCB ni me acuerdo ya. Son instituciones que... bueno, son instituciones. El ritmo de trabajo es lento. Respuestas al cabo de un mes, mucha lentitud en general. Entonces qué pasa, pues que el equipo y la organización del festival pues nos vamos desmotivando. Entonces claro al final pues es un poco como que "yo hago lo mío que es lo que tengo controlado". Si alguna institución se interesa en el festival, en que programemos contenidos o lo que sea, que salga de la motivación interna suya;, que sea un encargo digamos. Muchas veces para las instituciones somos más un problema, porque cambias ritmos de trabajo, a veces también más horas de trabajo. Entonces al final si la cosa no fluye y no sale de su parte pues preferimos centrarnos en lo nuestro que sabemos que sí funciona. Al final todo consiste en encontrar los *partners* adecuados, es decir, encontrar las personas motivadas y entusiasmadas con nuestro proyecto, con ganas de involucrarse, porque todo conlleva un gran esfuerzo.

(I. MI.Or.1)

Por otro lado, encontramos las típicas subvenciones de pública concurrencia competitiva y régimen anual, normalmente municipales y regionales, que, en el caso del festival barcelonés, suponen en torno a un 10 y un 20 % del total del presupuesto dependiendo de cada edición, y que poco a poco, se van abriendo a los campos de la creación digital y las estéticas emergentes:

Hasta hace muy poco en la Generalitat de Catalunya no había un departamento de artes digitales. Hasta hace poco estábamos [MIRA] en artes visuales, con una subvención pequeña, y no podíamos meter la música porque solo podíamos meter visuales. Los festivales de electrónica y artes digitales no han encajado en ningún lado hasta hace menos de 10 años, porque es que tampoco eran ni una cosa ni la otra. Hasta que poco a poco han creado misceláneas y otras disciplinas digamos. Pero es que da igual el formato en realidad, lo importante es la misión y la labor que tú haces. Si la labor que tú haces es lanzar, descubrir, apoyar, artistas emergentes, etc etc, cubrir toda esta parte, pues deberían existir estos apoyos tanto a los artistas como a nosotros, como organización, que somos los que al fin y al cabo creamos

un poco de estructura y tejido. A parte de que son cosas muy baratas comparados con otros sectores.

(I. MI.Or.1)

En resumen, generalmente, la mayoría de EMDAF comienzan su andadura de forma bastante independiente, y progresivamente, tras celebrar de forma exitosa sus eventos-vitrina durante dos o tres ediciones, y consolidar su estructura y su actividad como organización, comienzan a cultivar y solicitar apoyos institucionales. El caso de SEMIBREVE es una de las pocas excepciones en las que el papel de las instituciones municipales ha sido detonante clave en la aparición del festival —casi como instrumento de promoción de la agenda y política cultural de cara al título de Braga Capital Europea de la Cultura Joven— y en su consolidación a nivel financiero. Sin embargo, a pesar de que festivales como ROBOT han conseguido recientemente entrar en marcos de financiación más consolidados y de carácter trienal, muchos EMDAF, sobre todo aquellos más pequeños o emergentes y en sus primeras ediciones, deben justificar su actividad anualmente para concursar en concurrencia pública para renovar la financiación, como ha sucedido hasta hace muy poco en el caso del festival MIRA, a menudo con subvenciones pequeñas que alcanzan solo entre el 10 y el 20% del presupuesto total del festival. En parte, esto se debe también a la escasa adecuación de los planes de ayudas a los campos híbridos de la creatividad digital, las artes digitales y la música electrónica, tal y como explicaba el director del festival MIRA, al menos en el caso español.

También hemos visto cómo además de la existencia de plataformas y proyectos específicos para los campos de la creatividad digital y la música emergente cofinanciados por el programa de Creative Europe de la Unión Europea, algunos festivales pertenecen a otras redes más amplias de carácter internacional o global, como es el caso de ROBOT y SEMIBREVE en el marco del título UNESCO Creatives Cities.

En conclusión, cultivar unas adecuadas relaciones institucionales, así como concursar por subvenciones públicas, suelen ser instrumentos clave e imprescindibles para la consolidación y el desarrollo exitoso de los propios festivales, tanto en términos de

financiación, como de cara a los procesos de legitimación de la cultura de la música electrónica y los festivales.

6.7. El impacto de la vida institucional en los ritmos de trabajo.

Como hemos podido comprobar en las anteriores secciones, la dimensión económica de un EMDAF, es decir, el conjunto de estrategias y acciones para sostener e impulsar materialmente la organización y sus actividades principales —entre ellas el gran evento-vitrina—, son muy variadas. En términos generales, este conjunto de estrategias y acciones versan sobre las formas de comercializar entradas para las actividades y eventos impulsados por el festival, pero también, además de llevar a cabo una buena comunicación y promoción para conseguir una venta de entradas exitosa, conlleva un sistema de relaciones organizativas e institucionales entre las que destacan los patrocinios, colaboraciones, participación en proyectos de diferente índole, así como la tramitación de convenios o subvenciones. ¿Qué impacto tienen estas necesidades organizativas, relacionales e institucionales en los ritmos de trabajo y el calendario laboral del equipo de personas impulsoras del festival?

Los enfoques neoinstitucionalistas estudian en qué manera la vida institucional, es decir, el *millieux* organizativo, corporativo y relacional —con otras organizaciones, instituciones, colaboradores y *stakeholders*— motiva o constriñe la configuración exitosa de una organización en un determinado sector. Esta es también la base conceptual de la noción de “campo organizacional”, que matiza la noción de “sector” poniendo el foco en las dinámicas relacionales, organizativas e institucionales del funcionamiento de una determinada entidad (ver DiMaggio & Powell, 1983; 1991; Scott, 1995). De forma similar, parece coherente plantear que las necesidades económicas y financieras de los EMDAF, obliguen a la organización a cultivar un sistema de relaciones basado en los campos de acción estratégica (Fligstein & McAdam, 2012), en cuanto deben encontrar alternativas de financiación en diferentes sectores, desde los patrocinios corporativos con firmas de bebida o moda, hasta conocer en profundidad las estructuras de subvenciones y financiación pública, tanto a nivel local y regional, como nacional e internacional.

La función principal de las acciones comunicativas de un festival, además de justificar la autenticidad e identidad de la organización, buscan afrontar satisfactoriamente la promoción de las actividades y el evento-vitrina impulsado por la organización y que ello repercuta de forma exitosa en la venta de entradas —además de en la firma de convenios de patrocinio y colaboraciones. Ese ecosistema de acciones, que abordaré en el siguiente capítulo, repercuten en los ritmos de trabajo y el calendario laboral de los organizadores, expandiendo las tareas para la correcta comercialización del evento-vitrina, a lo largo de todo el año.

Si analizamos en detalle el calendario de hitos y tareas para la venta de entradas, cabe destacar que normalmente el equipo de personas encargado de ello comienza a trabajar en dichas acciones con entre 6 y 8 meses de antelación con respecto al evento-vitrina.

Pues poco después de que acabe la edición. Normalmente unos 6 meses o así. Pero antes de lanzar las entradas normalmente hemos desarrollado al menos parte de la identidad gráfica de la edición. Porque claro, sacas las entradas a la venta con una fecha, y eso ya es contenido gráfico que pertenece a la siguiente edición.

(I. MI.Or.1)

En este aspecto, las plataformas para la venta de entradas, muchas de ellas especializadas en el sector musical, facilitan mucho el trabajo a los organizadores:

No, no hay ninguna figura así encargada de gestionar la plataforma. Las plataformas en general tienen un buen sistema y protocolos de atención al cliente, nosotros directamente nunca hablamos con un usuario que ha tenido no sé que problema con la entrada, que va. Normalmente lo llevamos desde dirección eso. [...] Lanzamos las entradas 6 meses antes del evento con la información clave, fechas, espacio y poco más. Y cada tanto pues vamos actualizando. Diferentes tipos de entrada, anunciando adelante de cartel y todo eso.

(I. MI.Or.1)

Sin embargo, además de las acciones evidentes de publicidad, promoción y difusión de las fechas del festival y la venta de entradas, tal y como hemos visto en las secciones de este capítulo, un EMDAF, debe cultivar otras alianzas comerciales con otras entidades y organizaciones, tanto de su sector como de otros campos próximos (ver Wilderom & Venrooij, 2019), para desarrollar su dimensión económica y financiera de forma sólida. Por ejemplo, analizando cómo los EMDAF materializan diferentes acuerdos de colaboración y patrocinios:

Los patros dan mucho curro pero son también muy importantes. [...] Sí, es algo que llevamos desde dirección digamos. Primero acabamos con la parte más de gestión y administración, y justificamos las subvenciones o por ejemplo cuando hemos estado en algún proyecto europeo de Europa Creativa. Esos datos y esos reportes, nos sirven para actualizar los dosieres y propuestas de patrocinio del año siguiente. Es verdad que hay mucho del trabajo realizado, porque al final el contenido y la estructura de acuerdo de patrocinio es similar. Preparas un documento muy bonito y bien explicado y si tienes suerte pues te dan cita y al final se decide más o menos en una reunión. [...] Pues depende, el patrocinio más importante es el del nombre, que es el único que ofrece una cantidad de dinero así un poco más importante. [...] A veces empezamos a primeros de año, aprovechando el tirón de prensa y que está todo fresco. [...] Luego hay muchos patrocinios que son de 2000 euros, o como mucho 6000 euros. Pero claro, si tenemos 4 o 6 patros, pues pueden ser más de 20 000 euros. [...] Sí, a veces muchos de estos se cierran cuando quedan pocos meses para el evento.

(I.OT.MW.1)

Por lo tanto, en términos generales, es habitual que los EMDAF dediquen, sobre todo desde el área de dirección general de la organización, ciertos recursos y esfuerzos, con más de medio año de antelación con respecto a la fecha del evento-vitrina, a la elaboración de propuestas de patrocinio y colaboración, así como a las reuniones y encuentros de negociación para llevar a buen puerto dichos acuerdos y convenios. Estas acciones, tal y como ilustra el fragmento anterior procedente de una entrevista a uno de los co-directores del festival Monkey Week de Sevilla, dependiendo de la importancia y las exigencias del patrocinador o colaborador, pueden resultar acciones clave a tratar al comienzo de la configuración organizativa y estratégica de una edición —con al menos

6 u 8 meses de antelación—, o también posponerse hasta pocos meses antes —si el acuerdo de colaboración o patrocinio es de menor magnitud.

Sin embargo, también en relación al área de dirección general de la organización, una de las áreas más importantes, que exige de mayor previsión y atención continuada a lo largo del año, tiene que ver con las relaciones institucionales, tanto estratégicas como aquellas derivadas de la participación en convenios, programas de ayudas, subvenciones o proyectos internacionales como por ejemplo aquellos financiados por Europa Creativa:

Es algo que genera mucho desgaste. Sobre todo, porque aquí en España, excepto si participas en un programa europeo o algo así de mayor escala, que funciona durante 3 o 4 años, te toca repetir lo mismo todos los años. No es como una asignación específica que se prorrogue cada año. [...] Otros países tienen otro tipo de ayudas, como más sistemáticas, no al contenido del evento sino a la labor que realizan como organización. Igual que cualquier organización dedicada a las artes o las industrias creativas. [...] Creemos que poco a poco va cambiando, pero hasta hace pocos años, por ejemplo, con la Generalitat solo conseguíamos una cifra muy pequeña en concepto de subvención para artes visuales que teníamos que pedir todos los años. [...] Eso precariza todo mucho. No puedes trabajar con miradas de futuro, a medio plazo.

(I.MI.O.1)

En el caso del festival ROBOT de Bologna, que recientemente ha conseguido una de las ayudas más importantes del estado italiano dedicadas a las industrias culturales haciendo que en su presupuesto general, más de un 30% corresponda a fondos públicos, Andrea Giotti, su director general y principal administrador de la organización, comenta lo siguiente:

Es una gran ventaja porque además de la cantidad, que, por supuesto es importante, nos permite planificar a medio plazo. El Fondo Unico per lo Spettacolo funciona de forma trianual, y esto nos ofrece la garantía y seguridad de no tener que competir cada año. [...] Las subvenciones anuales son fundamentales también, sobre todo cuando empiezas también, porque son más pequeñas y a menudo

también más fáciles de tramitar. [...] Es verdad que generan mucho trabajo, de oficina y gestión, sobre todo. [...] Además ahí no eres ya independiente, sino que debes entrar en las lógicas de la administración pública, trabajar con sus estructuras y ritmos burocráticos. Y esto requiere un trabajo y una persona casi dedicada a eso a lo largo del año. No es como la comunicación que en dos semanas se juntan dos o tres personas y planifican el trabajo de medio año. [...] Claro, presenta el proyecto, luego modifica esto o lo otro, presenta la reformulación, acepta la subvención, luego presenta la memoria. [...] Siempre hay una persona encargada de eso, que tiene que saber de gestión, cultural policy y algo de administración.

(I.RO.A.2)

Por último, si pensamos en otras formas de colaboración, colaboración y vida institucional de los EMDAF, como por ejemplo los proyectos de “Europa Creativa” dedicados al campo de la innovación musical y la creatividad digital, con redes y plataformas como Shape+, We Are Europe o Re:Image Europe, algunos organizadores comentan lo siguiente:

Hay que fijarse en lo bueno. A nosotros lo que nos mueve es la posibilidad de caminar junto a proyectos y organizaciones de gran reconocimiento internacional y que han sido un referente para nosotros, no solo en el ámbito artístico o estético sino también a nivel político o de pensamiento digamos, en su forma de estar y comunicar con la sociedad, su identidad al fin y al cabo. [...] Es una relación bonita que hay que cuidar, y particularmente a nosotros, que estamos como en la punta de Europa, nos interesa mucho ese posicionamiento internacional. [...] Claro, también hay una parte densa y pesada, de mucho trabajo, seguimiento y paquetes de trabajo. [...] Esto lo llevo yo sí, en general, también otras subvenciones o los proyectos o dossiers para otras ayudas, la parte de representación así más institucional y eso. [...] Depende mucho de la organización que coordine el proyecto y del proyecto en sí. Hay proyectos en los que la organización coordinadora o impulsora del proyecto dirige todo de forma mucho más cerrada, y te beneficias de ello al ser socio del proyecto, aunque también puede no encajarte todo porque hay muchas cosas que no decides tú. [...] Y por ejemplo, el trabajo hay que hacerlo más de forma práctica, que se vea materializado en el propio festival. No tanto a través de documentos de trabajo y dossiers justificativos. Sin embargo, hay otros proyectos que tienen una perspectiva un poco más como de contenido, hay más reflexión y

las conclusiones de las acciones hay que reportarlas de forma más cuidada a través de los documentos de trabajo entregables. [...] Claro, requiere más trabajo, un seguimiento más continuo, a menudo más reuniones y encuentros con los socios, y más dedicación de oficina y elaboración del contenido.

(I.SE.R.2)

En resumen, este compendio de acciones, gestiones, tareas y estrategias englobadas dentro de la dimensión económica y financiera de un festival configuran una parte fundamental de la vida institucional y organizativa de los EMDAF, imprescindible para consolidar la celebración de sus eventos y actividades de forma exitosa. Las gestiones derivadas de las relaciones y acuerdos de patrocinio y colaboración son fundamentales y pueden expandirse a lo largo del año o conllevar gestiones puntuales según la importancia y el rol del patrocinador o entidad colaboradora en cuestión. Sin embargo, la concurrencia en programas de ayudas, subvenciones, así como programas y proyectos europeos, requieren un compromiso constante que repercute en el desarrollo de memorias de ejecución de las actividades y paquetes de trabajo y seguimiento sobre la actividad anual de la organización, lo cual exige personal dedicado de forma estable a estas labores. A menudo, la gestión y administración de la vida institucional de los EMDAF suele recaer en la figura del director general, normalmente principal responsable del festival como parte clave del núcleo-motriz y a menudo, miembro fundador del festival.

CONCLUSIONES

Si en el capítulo anterior he examinado la dimensión organizativa interna de los festivales de música electrónica y artes digitales de puertas para adentro; en este capítulo, siguiendo las coordenadas teóricas y analíticas basadas en la perspectiva de la producción cultural, con el neo-institucionalismo y las nociones de los campos organizacionales y los campos de acción estratégica como telón de fondo, he abordado la dimensión organizativa y económica de los EMDAF de puertas para afuera. A partir

de los tres casos de estudio, desde una perspectiva combinada y comparada, hemos examinado las estrategias de financiación, comercialización, patrocinios y colaboración, así como las múltiples relaciones institucionales —tanto a nivel local, regional, nacional, como internacional— que los EMDAF ponen en práctica a lo largo del año.

Los EMDAF, como organizaciones y entidades sociales, permanentes, estructuradas y activas durante todo año, y como grandes eventos-vitrina, estimulan un flujo de relaciones organizacionales —con *partners*, con patrocinadores y empresas del sector y otros sectores próximos, con las instituciones locales, regionales, estatales, con proyectos y redes internacionales— con un doble propósito: financiar su actividad de forma exitosa y legitimar su posición como organizaciones clave para la producción cultural contemporánea y la creación artística en los campos de las artes digitales y la música electrónica; es decir, como organizaciones de gran valor —cultural, simbólico e instrumental— en las sociedades en las que cohabitan.

En la primera sección del capítulo he introducido la dimensión económica de los EMDAF, abordando las estrategias de financiación de los EMDAF —organización y reparto entre ingresos y costes—, destacando los siguientes aspectos clave:

- La mayoría de los EMDAF, si bien el festival SEMIBREVE es una excepción, obtienen al menos el 50% de sus ingresos de su propio público —tanto a través de la venta de entradas como a través de la venta de productos y servicios durante el festival, principalmente bebidas, y en menor medida, *merchandising*—.
- Los ingresos procedentes de entidades públicas —subvenciones y ayudas u otros convenios específicos procedentes de organismos locales y regionales, nacionales o internacionales— es una parte importante de la dimensión económica de los EMDAF, y suponen entre el 15% y el 30% en la mayoría de los casos.
- Los patrocinadores no suelen ocupar un rol fundamental, debido al carácter más experimental y emergente de este tipo de festivales, así como a su moderado impacto económico y en términos de visibilidad, debido a sus pequeñas o medianas dimensiones.
- Sin embargo, hemos analizado y comprendido en qué manera los *partners* y colaboradores asociados a los EMDAF son figuras clave para la consolidación de

estas organizaciones y sobre todo para la celebración exitosa de sus eventos-vitrina.

- En términos de diseño presupuestario, el reparto de los gastos y las inversiones de los EMDAF, siguen el esquema de los tres macro-bloques de la mayoría de festivales semi-profesionalizados en espacios dedicados: en términos generales, un 40% se dedica a la programación y dirección artística, un 40% para producción, montaje y personal, y un 20% para comunicación, dependiendo de cada caso.

A nivel de comercialización, hemos comprobado cómo las dos principales vías de comercialización de la mayoría de EMDAF son la venta de entradas para sus eventos y actividades; seguida de los ingresos generados a través de la comercialización de productos y servicios durante los eventos-vitrina, mayormente a partir de los puntos de venta de bebidas. Por detrás de estas, también hemos visto cómo los patrocinios y el *merchandising* son otras fuentes de financiación normalmente presentes, si bien secundarias con respecto a las dos primeras, o incluso residual en el caso de los patrocinios, que adquieren un carácter casi simbólico en términos de promoción de marca e identidad corporativa a través de material promocional como bolsas, gorras o camisetas.

También hemos examinado las varias formas de patrocinio que encontramos en los casos de estudio examinados: si bien todos los festivales negocian un acuerdo con al menos un patrocinador, suelen ser convenios anuales, que exigen una revisión y re-negociación para cada edición, poco consolidados en la mayoría de los casos.

Respecto a los *partners*, hemos comprobado su necesidad e importancia en el desarrollo y consolidación exitosa de los EMDAF. La principal diferencia entre las formas de patrocinio y las formas de colaboración o apoyo de los *partners* es que esta última suele consistir en la realización de servicios o colaboración en especies, en lugar de implicar transacciones monetarias —por ejemplo, con la cesión de espacios—. De hecho, muchos *partners* son agentes, organizaciones o entidades del sector o de otros campos próximos, como por ejemplo la comunicación cultural, el marketing digital, la innovación y tecnología aplicada a la creatividad, etc. En este sentido, sí que encontramos una relación beneficiosa y recíproca entre *partners* y festivales: los primeros se benefician al

proyectar su marca en realidades culturales importantes con una cierta visibilidad y repercusión y en muchos casos, con un impacto notable en determinados campos culturales y comunicacionales; por otro lado, los festivales, hacen ver a la sociedad que su organización está situada y participada en el territorio, que interactúa de forma exitosa en varios sectores y es apoyada por multitud de entidades, lo cual ayuda también a legitimar la marca del festival y la propia actividad de la organización.

En la segunda parte del capítulo, he profundizado cómo son las relaciones internacionales que los festivales de música electrónica y artes digitales ponen en práctica, en concreto, a través de los tres proyectos europeos más importantes para el campo de la creatividad digital, la música electrónica, y sus festivales: We Are Europe, Shape Platform y Re-Imagine Europe. Estos proyectos, enmarcados en el programa de Creative Europe financiado por la Unión Europea, desarrollan un importante papel como catalizadores de estos campos culturales. De hecho, no solamente actúan como puntos de encuentro entre artistas y organizaciones o festivales, sino que actúan en muchos casos como mediadores y facilitadores, a modo de agencias de *booking*, estimulando nuevas producciones artísticas e impulsando las carreras profesionales de muchos artistas. A pesar de que pueden suponer un riesgo de estandarización y pérdida de autenticidad para algunos festivales en cuanto estimulan la participación de una selección concreta de artistas de forma repetida a lo largo de la escena europea de EMDAF, también suponen, dependiendo del proyecto, un apoyo importante en la financiación de los EMDAF y en accesibilidad a recursos clave en términos de comunicación y visibilidad, posicionamiento y repercusión internacional en el campo.

También he examinado cómo se relacionan institucionalmente los EMDAF, haciendo especial hincapié en las formas de financiación procedentes de fondos públicos. Los EMDAF, como otras tantas organizaciones dedicadas a la producción cultural, deben cultivar unas adecuadas relaciones institucionales, así como concursar por subvenciones públicas: las relaciones organizacionales con las instituciones, suelen ser instrumentos clave e imprescindibles para la consolidación el desarrollo exitoso de los propios festivales, tanto en términos de financiación, como de cara a los procesos de legitimación de la cultura de la música electrónica y los festivales.

Por último, he analizado el impacto que estas prácticas organizativas y la propia vida institucional de los EMDAF genera en las formas de trabajar y, sobre todo, en el calendario laboral del equipo de personas impulsoras del festival. En este sentido, he comprobado en qué manera, áreas de trabajo como los patrocinios y colaboradores conllevan un importante esfuerzo por parte de las organizaciones. De cara a la propia comercialización, si bien en la última década las plataformas de venta de entradas han facilitado mucho el trabajo a los organizadores de eventos, es cierto que sí exige una reflexión profunda en términos de planificación y estructuración de la comunicación del festival según el calendario y los diferentes tipos de anuncios de venta de entradas. En términos generales, el conjunto de acciones organizativas e institucionales dedicadas a la dimensión económica —acuerdo de patrocinio y colaboración, participación en proyectos europeos, concurrencia competitiva en ayudas y subvenciones públicas a las industrias creativas, etc.— se reparten entre 6 y 8 meses antes del evento-vitrina normalmente, entre los meses de febrero y mayo. Especialmente, si pensamos en subvenciones y formas de ayudas públicas o gubernamentales similares, hay que destacar el programa de seguimiento necesario a lo largo de todo del año, en términos de tramitación, subsanación y reformulación de cada uno de los pasos hasta que un festival es beneficiario definitivo de dicha ayuda o subvención.

En todas secciones tratadas, hemos podido comprobar en qué manera, los EMDAF, para practicar con éxito su dimensión económica y unas estrategias de financiación sólidas que permitan ejecutar el desarrollo de la actividad de la organización de forma óptima, deben cultivar una vida institucional activa con múltiples actores sociales e institucionales. Sin embargo, tal y como sostienen las posturas neo-institucionalistas y la esencia de la perspectiva de los campos organizacionales (DiMaggio & Powell, 1983; 1991; Scott, 1995; Wooten & Hoffman, 2017), la vida institucional de muchas organizaciones, como en el caso de los EMDAF, no funciona solamente en un único sector de forma hermética, sino también de otros sectores, como por ejemplo es el caso de los patrocinios con marcas de bebidas, automovilísticas; o también en términos de políticas culturales institucionales, debido a las subvenciones y ayudas gestionadas por diversos cuerpos gubernamentales locales, regionales o estatales. En este sentido, por lo tanto, también la vida institucional y organizativa de los EMDAF participa de la noción de campos de acción estratégica, en cuanto que participan de forma interrelacionada en

una red de campos y sectores, a menudo con relaciones de dependencia o interdependencia, determinando a partir de estas dinámicas la consolidación exitosa o constriñendo la actividad profesional de la organización.

A través del análisis de la dimensión organizativa de los EMDAF, entendidos como estructuras organizacionales permanentes, activas durante todo el año, hemos conocido en profundidad cómo son y cómo funcionan, tanto a nivel interno, de puertas para adentro, como a nivel externo, de puertas para afuera. Hemos examinado las estructuras organizativas internas, los ritmos y perfiles profesionales, las formas de financiación y comercialización, las relaciones con instituciones públicas, con patrocinadores y colaboradores, y proyectos y plataformas de referencia internacional para el campo de las artes digitales y la música electrónica. Para seguir afrontando los objetivos de esta investigación y abordar la dimensión situada y performativa de los EMDAF del sur de Europa, entendidos como experiencias situadas y participadas, en el siguiente capítulo analizaré el papel de la comunicación de los EMDAF en relación a cómo justifican su identidad y autenticidad públicamente, configurando sus *festivalscapes* a lo largo de todo el año.

CAPÍTULO 7

LA DIMENSIÓN COMUNICACIONAL

La forma más directa y rápida de conocer cualquier festival de música electrónica y artes digitales —y valorar si asistir o no a un determinado festival— es navegar por el ecosistema comunicativo que articulan a partir de sus principales canales de comunicación: la página web oficial y las redes sociales, sobre todo Instagram. Debido al carácter vanguardista, emergente e innovador de los EMDAF, el imaginario visual y la línea estilística articulada a partir del plan de comunicación y el manual identidad visual corporativa, son herramientas fundamentales para que un determinado festival habite en la memoria de su comunidad de público. Es decir, no solo los aspectos materiales, como la decoración o los servicios ofrecidos durante el evento, o escuchar a tu grupo preferido de música, hacen que un festival sea memorable y único, sino que su presencia comunicacional a lo largo de todo el año es una herramienta clave para conseguir convencerte de que ir a dicho festival a ver a tal grupo de música será un evento *sine qua non*, una experiencia única que no te puedes perder. Por tanto, aquello que conocemos como “la comunicación” de un festival, funciona como aparato de transmisión y justificación constante y repartida a lo largo del año, de la identidad y la autenticidad de un determinado festival; la vía por la que un determinado festival defiende y promociona públicamente que es una experiencia única y memorable.

Hoy en día, cada vez más. No tienes nada más que fijarte en las webs e Instagram de los festivales que tú mismo estudias. Ves cosas muy potentes a nivel visual, portales web muy interactivos, hay webs que parecen videojuegos. Si tú te anuncias como un festival de artes digitales y música electrónica, pues es importante que tu comunicación, que es como tú te muestras a tu público fiel, pero también a un montón de gente que puede serlo, vaya de la mano.

En términos de fundamentación teórica y justificación analítica, este capítulo analiza la dimensión comunicacional de los EMDAF a partir de la noción de *festivalscape*, desde una perspectiva expandida y largoplacista, que entiende el *festivalscape* como ese conjunto de elementos que configuran y justifican la identidad y autenticidad de un festival, no solo como evento-vitrina de corta duración, sino como organización estable y activa durante todo el año dedicada a la producción cultural.

La gran mayoría de estudios académicos que han abordado el estudio del *festivalscape* han pasado prácticamente por alto el papel clave y activo de la comunicación como vínculo de compromiso, *engagement* y lealtad entre el festival, su comunidad de público y el público potencial (Chen et al., 2019; Lee et al., 2008; Mason & Paggiaro, 2012). Es decir, la puesta en práctica de unos determinados textos, justificaciones y discursos —también visuales y sonoros—, que un determinado festival ejecuta desde el departamento de comunicación, a través de la web del festival, de las redes sociales, de *email marketing* y *newsletters*, o de medios digitales especializados. Como expliqué en el segundo capítulo dedicado al marco teórico y enfoques analíticos sobre los que fundamento esta tesis doctoral, es esencial analizar el *festivalscape* desde un enfoque más amplio e inclusivo, que vaya más allá de los aspectos evidentes que configuran el evento-vitrina desde una perspectiva únicamente cortoplacista y situada: integrando los discursos que los festivales ponen en práctica, y que junto al resto de aspectos —materiales o inmateriales— relevantes facilitan, además de la celebración del evento-vitrina, la existencia del festival como estructura organizacional permanente.

La comunicación es igual de importante que la producción e incluso la propia programación. Son totalmente interdependientes. Si tienes una programación increíble y traes a grandes artistas e incluso la producción es exquisita, todo perfectamente puntual, bien organizado, servicios refinados, sin colas, todo perfecto; pero no sabes cómo comunicar y tu discurso público falla, no vendes entradas, se derrumba el festival. Pero no es solo vender, es que con la comunicación conquistas a tu público, creas comunidad. Porque el evento dura un fin de semana, pero tú, como festival, eres una organización que tienes que

mantener vivo a tu público, y eso lo hacemos comunicando: compartiendo fotos, videos, presentando a artistas, narrando recuerdos, adelantando noticias de la próxima edición.

(I.RO.An.1)

En términos de material empírico, durante este capítulo me centro principalmente en los tres casos de estudio, para elaborar una perspectiva combinada y comparada (Stake, 2005; 2010), concluyendo los puntos en común y diferencias entre los tres, analizando cómo a través de lo que conocemos como “la comunicación” de un festival, un EMDAF transmite a su público —y a la sociedad en general— su identidad y razón de ser (Reyes-Criado, 2023).

Tras la caracterización y análisis de los eventos-vitrina de los EMDAF y el análisis de la dimensión organizativa de los EMDAF entendidos como estructuras organizacionales estables y activas a lo largo de todo el año, en este capítulo abordo la dimensión comunicacional de los EMDAF. Desde una perspectiva combinada y comparada, a partir de los tres casos de estudio —los festivales Semibreve, MIRA y ROBOT—, en este capítulo analizo los textos, imágenes y discursos, es decir, el ecosistema comunicativo que ponen en práctica los festivales durante todo el año. Posicionando su identidad y su marca en las mentes del público, la dimensión comunicacional de los EMDAF tiene el objetivo final de generar *engagement* y promocionar la venta de entradas de cara al gran evento-vitrina. Por lo tanto, en este capítulo tenemos el objetivo de comprender cómo a través de lo que conocemos como “la comunicación” de un festival, un EMDAF transmite a su público —y la sociedad— su identidad y razón de ser, su misión y sus valores como organización dedicada a la promoción y producción cultural en el campo de la música electrónica y las artes digitales.

7.1. Introducción a los elementos comunicacionales de los EMDAF

Los EMDAF son experiencias o eventos culturales situados, y deben ser analizados desde su dimensión situada y performativa, configurada a partir de un conjunto de

aspectos específicos que denominamos *festivalscape*: los aspectos materiales y prácticos del formato, los contenidos y la estética, los tipos de experiencias ofrecidas y los discursos puestos en práctica. Como eventos situados, los EMDAF articulan su identidad y razón de ser a través de los *festivalscapes* que configuran: la disposición espacial, la música, la iluminación, el material promocional, el personal, los tipos de servicios ofrecidos (bares, *foodtrucks*, librerías, *infopoints*), el ambiente en relación con otros visitantes, etc. son algunos de los aspectos que comúnmente destacamos cuando pensamos en cualquier festival artístico (véase Chen et al., 2019; Lee et al., 2008; Mason & Paggiaro, 2012).

Sin embargo, los EMDAF, como la mayoría de los festivales contemporáneos dedicados a las artes —de cine, teatro, literatura, música popular o artes digitales—, no son meros acontecimientos de fin de semana, aunque sean mayoritariamente reconocidos por ello. Los EMDAF son estructuras organizativas activas y permanentes durante todo el año, ya que sus prácticas de comunicación —centradas en la difusión de su labor como institución cultural y en la comercialización de sus eventos— y su vida institucional, se extienden a lo largo de todo el año. Por lo tanto, el *festivalscape* de un determinado festival no deriva únicamente en el estudio del evento-vitrina en sí, sino que se expande y distribuye a lo largo de todo el año, a través de las prácticas comunicacionales que los EMDAF producen, ejecutan y distribuyen: textos, discursos, justificaciones, contenidos y estéticas. A través de canales de comunicación digital como páginas web y redes sociales, los EMDAF producen, distribuyen, promocionan y comparten públicamente su identidad y autenticidad, tanto con su comunidad de público leal, como con el público potencial y la ciudadanía en general.

Aunque existen algunos estudios embrionarios que han abordado la construcción de la identidad de los festivales a través de los textos y discursos (Liao, 2011), lo hacen desde un enfoque más bien sesgado, sin dialogar con el resto de aspectos —los espacios, horarios, formatos y experiencias, servicios, contenidos y estéticas— del *festivalscape*. Es decir, sin integrar los discurso, textos y justificaciones como elementos activos y fundamental en la articulación de dicho *festivalscape*. Concentrándonos en el tipo de festivales objeto de estudio en esta tesis doctoral, más que analizar los discursos y textos que encontramos en los medios de comunicación tales como prensa, radio y televisión,

es decir, mensajes derivados de las acciones comunicativas externas a los propios festivales, es necesario comenzar por las principales herramientas comunicacionales de los propios EMDAF ejecutan y ponen en práctica: sus páginas web oficiales, las principales redes sociales, herramientas de *inbound marketing* autogestionadas como el *email marketing* y las *newsletters*, y los contenidos visibilizados a partir de medios especializados como plataformas o revistas digitales afines al dicho sector. A partir de estos canales y herramientas, todo un imaginario textual, discursivo y visual, diseñado, articulado y puesto en práctica directamente por el equipo-motriz y el equipo de comunicación de un determinado festival, va activando y haciendo presente el *festivalscape* en las mentes del público. De esta manera los EMDAF cultivan motivación, expectación, compromiso y *engagement*, posicionando la identidad del festival en las mentes del público, con el objetivo final de convencer exitosamente al mayor y mejor público posible para que participe en el gran evento-vitrina.

A continuación, presento los cuatro ámbitos y canales comunicativos principales de los EMDAF, que analizaré en las siguientes secciones de forma combinada y comparada a través de los tres casos de estudio.

- La página web de un EMDAF es su principal elemento comunicacional puesto que funciona de base operacional desde donde se coordinan todos los canales de comunicación específicos, desde apariciones en prensa y otros medios, hasta redes sociales, la creación de contenido propio como por ejemplo entrevistas a artistas o contenidos audiovisuales, e información clave relacionada con el evento-vitrina como la programación por días, espacios, horarios, mapas, enumeración de servicios disponibles durante el evento o el apartado de preguntas frecuentes. Por otro lado, además de las redes sociales, es el principal portal para la difusión de recursos y contenidos propios y de calidad, sobre todo a nivel audiovisual y fotográfico, así como discursivo y narrativo. En esta línea, muchos EMDAF ponen en práctica la ejecución de contenido valioso, personalizado y de máximo interés para su público objetivo, siguiendo los valores del *inbound marketing* y el *content marketing*.

En la línea con la conceptualización de los EMDAF entendidos no solo como eventos-vitrina sino también como organizaciones estables y activas durante todo el año, de

hecho, muchos los festivales actualizan y activan contenido continuamente desde su página web, yendo más allá de una actividad intermitente y puntual al servicio comercial del evento-vitrina. La página web también funciona como portal hacia un gran ecosistema de agentes asociados al festival, desde los propios artistas, a profesionales del sector, patrocinadores y *partners*, medios de comunicación, y muchísima información biográfica y descriptiva —textual y audiovisual—, en torno a los artistas y profesionales invitados así como a su correspondiente producción artística. Por último, la página web suele funcionar también como una especie archivo donde se almacenan las copias de las páginas webs de todas las ediciones anteriores celebradas hasta la fecha presente, sirviendo como una especie de catálogo biográfico y audiovisual sobre la historia del festival.

- Las redes sociales de los EMDAF son los principales canales de comunicación en términos numéricos. Festivales pequeños y medianos como los analizados en profundidad en esta tesis doctoral cuentan con entre 10 000 —en el caso de Semibreve— y 60 000 seguidores —en el caso de ROBOT—. A través de las redes sociales, principalmente Facebook e Instagram, los EMDAF mantienen activo el interés de una amplia y numerosa comunidad de público, prevalentemente interesada y/o asistentes a alguna edición del festival, a través de contenido audiovisual y textual de creación propia, desde presentaciones de artistas y/o entrevistas *in primis*, hasta reportajes fotográficos o vídeo-resúmenes de las últimas ediciones celebradas. Desde la perspectiva del público, muchas de las redes sociales de muchos EMDAF, sirven de herramienta informativa directa e inmediata, en algunos casos, haciendo las funciones de página web. Por otro lado, desde la perspectiva interna de la organización, debido a su facilidad de uso, las redes sociales son el soporte perfecto para articular noticias, lanzamientos o pequeñas campañas de comunicación espontáneas y a corto plazo, de forma más o menos autogestionada —sin depender de personal externo dedicado a la programación web—. De hecho, es habitual que, para actividades puntuales, esporádicas o de carácter secundario, menos importantes que el evento-vitrina, o incluso actividades de apoyo, colaboración y participación con otros proyectos, las redes sociales sustituyan a la página web.

Sin embargo, una de las principales funciones de las redes sociales de los festivales es la de captar nuevos públicos, publicitar y promocionar tanto la marca del festival y la organización, como el gran evento-vitrina. A través de herramientas y estrategias específicas como la segmentación y “targetización” de los públicos de cara a contenidos publicitados o estrategias de *inbound marketing* como sorteos de entradas y/o productos, servicios o experiencias personalizadas y asociadas a los patrocinadores o *partners* del festival, los EMDAF consiguen multiplicar el número de seguidores de forma notable durante las semanas de campaña y promoción del evento-vitrina.

- El *email marketing* y las *newsletters* o boletines informativos vía email, son fantásticas herramientas para interactuar periódicamente, de forma personalizada y directa con el público fiel de un determinado festival. A pesar de que el *email marketing* y las *newsletters* no son una estrategia central en la captación de nuevo público para los EMDAF —como sí lo son las redes sociales y los servicios publicitarios que ofrecen medios especializados—, el tono directo y personalizado, así como sus potenciales herramientas de automatización, son hoy en día, para la mayoría de EMDAF, una estrategia clave para la fidelización del público objetivo. Gracias a las potentes e intuitivas herramientas de *email marketing* actuales, cualquier organización semi-profesionalizada, como un festival de artes o un EMDAF, tiene la capacidad de generar *newsletters* de forma fácil y eficiente, con un gran atractivo gráfico, audiovisual y narrativo, un alto grado *responsive*³¹, cultivando una relación con el público objetivo del festival de forma satisfactoria, comprometida y atractiva. La mayoría de los EMDAF suelen usar *newsletters* para comunicarse con su público al menos una vez al trimestre, enviando entre dos y cuatro emails por cada evento o actividad realizada, y entre cuatro y diez emails para contar y promocionar cada uno de los detalles de su evento-vitrina. Esta herramienta de *email marketing* es muy útil para los EMDAF porque permite implementar técnicas avanzadas de automatización y segmentación del público según la interacción y *engagement* derivado de las propias *newsletters*, que irán facilitando datos sobre cuándo, cómo y a quién es mejor enviar qué tipo de información — presentación de las fechas del evento-vitrina, primeros artistas confirmados, venta de

31 Hablamos de cualidad *responsive* cuando un tipo de contenido web digital tiene un alto grado de adaptabilidad eficiente ante la visualización en diferentes tipos de dispositivos digitales. Es decir, una web o un email marketing es altamente responsive cuando se visualiza y funciona correctamente en terminales diferentes como un ordenador, un smartphone o una *tablet*.

entradas, sorteo de entradas, patrocinadores, sorteo de experiencias relacionadas con patrocinadores, información útil sobre cómo llegar, accesos, servicios y productos que el público encontrará en el festival, etc—.

- Por último, otra vía fundamental a partir de la cual los EMDAF ponen en práctica textos, discursos y justificaciones, tanto de forma directa como indirecta, son los medios especializados. Revistas y *fanzines* —digitales e impresas—, plataformas para la promoción, divulgación e investigación en torno a la música electrónica, la cultura y la creatividad digital así como la creación artística en diálogo con la intersección arte-ciencia-tecnología son espacios de contenido de máximo interés para el público. Desde plataformas y portales web como Resident Advisor o Pitchfork más enfocadas a la cultura de la música electrónica de baile, u otras más generalistas centradas en música independiente o experimental como The Quietus o The Wire, u otras más focalizadas en investigación, new media art y nuevas tendencias en la producción cultural y la creación artística en diálogo con la intersección ciencia-arte-tecnología, como CLOT, conforman un ecosistema de marcos de expresión, divulgación y promoción donde los EMDAF proyectan sus identidades, discursos y textos. Normalmente, en este sentido, las percepciones, reseñas y experiencias sobre los EMDAF se producen de forma indirecta, a través de entrevistas o crónicas realizadas por periodistas o expertos del campo, en lugar de a través de los propios organizadores de los festivales. Además, también encontramos contenidos textuales y discursivos importantes, como pueden ser entrevistas en profundidad —de varias páginas de texto— a los directores o responsables de medios de los festivales, o crónicas detalladas y personalizadas sobre la celebración del evento-vitrina o la presentación e inauguración oficial del festival u otras actividades secundarias al evento vitrina.

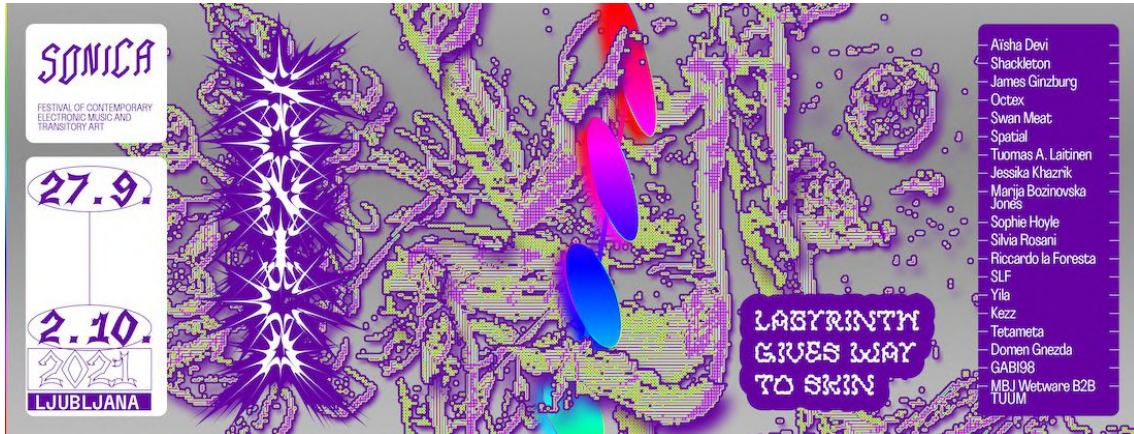
Sin embargo, estos medios, sobre todo los digitales, sirven también de importantes escaparates publicitarios. Por ejemplo, muchos de los festivales observados durante este proyecto de investigación, incluidos los casos de estudios analizados en profundidad, promocionan su evento-vitrina —normalmente en fase de campaña de comunicación y venta de entradas— en la sección principal de las páginas webs de dichos medios. De hecho, algunos de estos medios, como por ejemplo Resident Advisor, tienen incluso una sección dedicada a festivales y eventos de música electrónica, a modo de repositorio

con información clave, desde donde se pueden acceder a todos los contenidos dedicados a ese determinado evento o festival.

A continuación, analizamos cómo los EMDAF transmiten a su público —y a la sociedad en general—, a través de sus páginas webs, redes sociales, email marketing y uso de *newsletters*, y medios especializados, su identidad y razón de ser, su misión y sus valores como organización, como marca, como proyecto situado y como evento, dedicado a la promoción y producción cultural en el campo de la música electrónica y las artes digitales.

7.2. Las páginas webs y la imagen visual corporativa.

Desde la década de 2010, las páginas webs son cada vez más *responsive*, interactivas e inmersivas, pudiendo llegar a crear experiencias de usuario realmente únicas y memorables, y en algunos casos, con grados de interacción, decisión y participación en el recorrido, navegación y exploración de contenidos cercano al de algunos videojuegos. Cuando comencé a trabajar en este proyecto de investigación, como expliqué al comienzo de esta tesis en el capítulo dedicado a la metodología, debido a la novedad del objeto de estudio y a que no había ningún estudio sobre este tipo de festivales, decidí desarrollar un mapeo de los festivales de artes digitales que existían en Europa, seleccionando aquellos que, dentro de la macro-categoría reconocida como festivales de artes digitales, se diferenciaban por su carácter mayoritariamente musical. A pesar de que ya conocía algunos festivales de los seleccionados en este mapeo —y sus páginas web o perfiles en redes sociales— debido a mi perfil profesional en el sector de los festivales y los eventos culturales, uno de los aspectos que sin duda más me impresionó fueron las páginas webs de este tipo de festivales, de los EMDAF —y otros festivales de artes digitales dedicados al diseño y marketing digital o moda y nuevas tendencias—. Nunca antes tantas páginas webs de proyectos, organizaciones culturales o festivales me habían causado tal efecto, entre atractivo, inquietante y estimulante a la vez.



Figuran 40. Imagen de cartel del festival Sonica de Ljubljana, edición 2021. Fuente: Sonica Festival.

A lo largo de esta investigación, he podido identificar y analizar dos tendencias muy claras en líneas editoriales y en las identidades visuales que los EMDAF ejecutan, articulan y coordinan desde su página web: hay festivales que mantienen firmemente la línea editorial de forma más o menos persistente a lo largo de los años y solamente ejecutan pequeños cambios que matizan, entonan y diferencian unas ediciones de otras, como por ejemplo SEMIBREVE. Pero, en la mayoría de los casos, existen festivales, como por ejemplo el festival MIRA de Barcelona, que cambian radicalmente el tono visual —normalmente manteniendo el tono textual y discursivo— para cada una de las ediciones, o festivales como Sonica (Ljubljana) y MMMAD (Madrid), que incluso comisarían a nivel de obra artística, es decir, como obras de arte digital, la identidad visual de cada edición.



Figura 41: Imagen de cartel del festival MIRA de Barcelona, edición 2022. Fuente: perfil de Facebook del festival, último acceso 26 de abril de 2023.

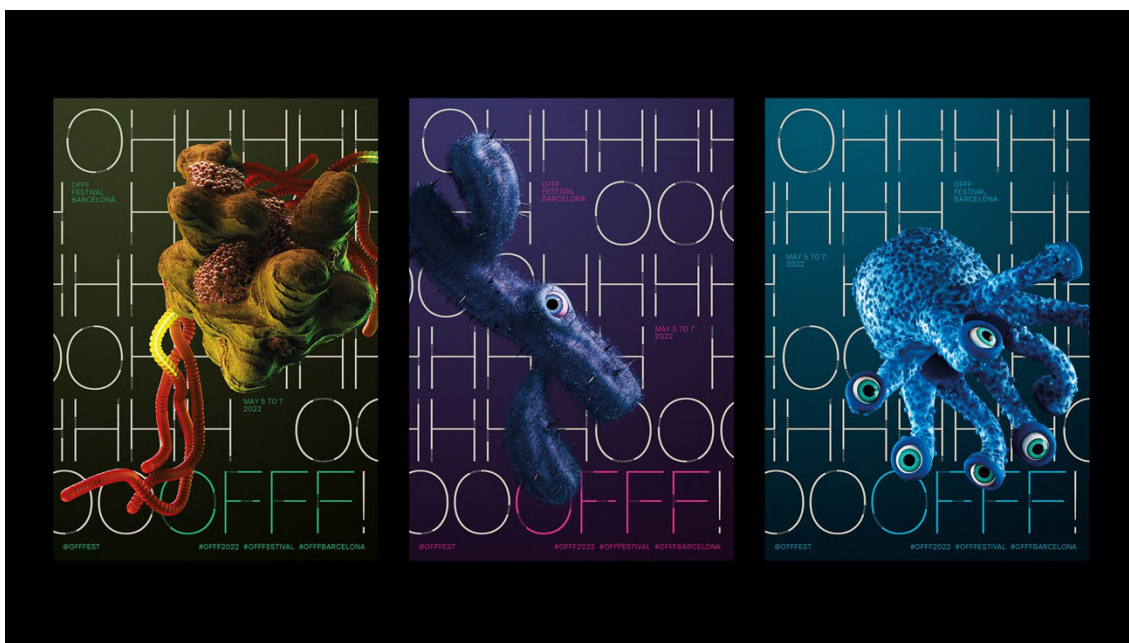


Figura 42. Imagen de los carteles e identidad visual del festival OFFF de Barcelona para la edición de 2022. Fuente: Vasaba Studio, último acceso 26 de abril de 2023. <https://www.vasava.es/portfolio/offf-visual-identity>

A continuación, voy a ir analizando el papel y la interacción en torno a las páginas webs y la identidad gráfica visual de los tres casos de estudio desde una perspectiva combinada y comparada.

- El festival SEMIBREVE de Braga, Portugal, es uno de los EMDAF europeos que mantiene una línea editorial y su identidad visual más sólida y estática, ya que, a lo largo de los años y ediciones, ha cultivado una misma línea cromática, tipográfica y gráfica o visual. De entre los tres casos de estudio es el festival que, proporcionalmente, más dinero dedica a comunicación: SEMIBREVE dedica más de un 20% de su presupuesto a la comunicación y consideran esta, desde los textos y discursos hasta la identidad visual y los elementos gráficos, como un área de trabajo al mismo nivel que la programación y producción del evento-vitrina.

Yo creo que no hace falta decir que la comunicación es fundamental dentro de un festival, al fin y al cabo, es lo que usamos para decir qué y quiénes somos y por qué, de dónde venimos, dónde estamos y hacia dónde vamos; y no es poca cosa: una

identidad y una marca, no se construye y consolida tan fácilmente a nivel nacional e internacional. Nosotros creo que lo hemos conseguido muy bien. En el recorrido del festival, SEMIBREVE ha conseguido posicionarse como festival único en Portugal, sobre todo desde una perspectiva internacional, en U.K. y en centro Europa. Siempre hemos sido muy estrictos a nivel de comunicación, muy serios. Y eso va de la mano con la seriedad del resto del festival, los contenidos son de mucha calidad, no hacemos las cosas por hacer. Si no podemos hacer más, hacemos menos, pero nos gusta ofrecer lo mejor posible, a nivel técnico también, puntualidad, espacios buenos y confortables, al igual que los contenidos de comunicación. Creo que nuestra imagen corporativa, que evoluciona ligeramente cada edición, representa muy bien todo esto.

(I.SE.An.1)

La página web del festival SEMIBREVE es sobria y minimalista, articulada a partir de una paleta cromática basada en grises y una habitual familia tipográfica sencilla, elegante, precisa y corporativa. Normalmente, algunos elementos y atributos plásticos, texturas o formas abstractas acompañan las secciones informativas. En el caso de SEMIBREVE, la información es muy directa y mayormente basada en la composición y maquetación tipográfica, en lugar de en gamas cromáticas e imágenes u otros contenidos audiovisuales.

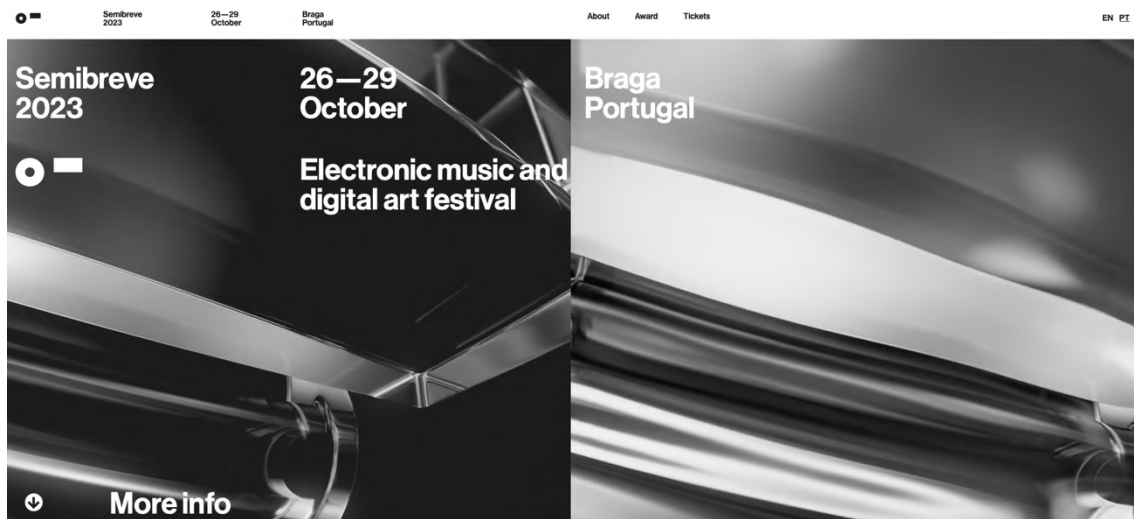


Figura 43. Imagen de la página web del festival SEMIBREVE (<https://www.festivalsemibreve.com>), el día 1 de mayo de 2023.

La información que encontramos es la esencial, y en este caso no encontramos funcionalidades extra como una sección de tipo archivo que almacena ordenadamente la información y programación del resto de ediciones anteriores. Sin embargo, sí que encontramos en la sección “*About*” un gran listado con el elenco artístico que ha participado en el festival desde su creación en 2011, además de una sección muy elaborada de preguntas frecuentes:

- ¿Puedo acceder a la sala principal del Teatro Circo después del comienzo de la representación?
- Soy portador de un pase general/entrada diaria, ¿necesito cambiar mi entrada por una pulsera?
- ¿Quién puede acceder al espectáculo en la iglesia del Bom Jesus do Monte?
- ¿Necesito una entrada para ver el espectáculo en la Capela Imaculada do Seminário Menor?
- ¿Quién puede acceder a las actuaciones en el Auditório S.Frutuoso?
- ¿Necesito una entrada para asistir a la representación en el Salón Medieval de la Universidad de Minho (Salão Medieval da Universidade do Minho)?
- ¿Mi entrada diaria para el Teatro Circo me da acceso a la gnration?
- ¿Cómo y cuándo puedo adquirir una entrada para acceder a gnration?

- Tengo una entrada que da acceso a gnration. ¿Está garantizada la entrada a la sala Blackbox?
- ¿Es gratuito el acceso a las conferencias?
- ¿Es gratuito el acceso a las exposiciones?
- ¿Debo llevar protección auditiva en las representaciones?
- ¿Las representaciones están recomendadas para personas fotosensibles o epilépticas?
- ¿Puedo fotografiar o filmar las representaciones?

Tampoco encontramos una presentación breve de la biografía de los artistas que participarán en la edición próxima, así como tampoco encontramos una breve presentación de la obra, pieza, álbum o trabajo que realizarán. Es decir, como veremos, en comparación por ejemplo en el caso de ROBOT y MIRA, también con otros festivales analizados como L.E.V. MMMAD, MuchoFlow o Dancity, el trabajo de comisariado y dirección artística, a nivel discursivo y de presentación y promoción de los artistas, tanto en la página web como en otros elementos comunicacionales —programas de mano, por ejemplo—, es más bien reducido.

De hecho, si vemos la página web del festival SEMIBREVE en la primavera de 2023 a fecha de 1 mayo, encontramos únicamente tres secciones: *about*, *award*, *tickets*. En la página principal, sin embargo, podemos ver el avance de cartel, es decir, los artistas ya confirmados para la próxima edición. Por último, también desde la página principal, corriendo hacia abajo, podemos encontrar el elenco de patrocinadores y *partners* del festival.

En nuestra identidad, la comunicación y la identidad visual corporativa, es junto con los contenidos, la música y las expresiones artísticas, bueno, y la forma de hacer las cosas durante el evento, el ritmo lento y la forma de cuidar a las personas, tanto staff como artistas, el aspecto más importante. Aquí no hay 14 o 20 shows por día como en muchos festivales. Todo es más comedido, y eso nos permite muy bien medir nuestras fuerzas. [...] A nivel de identidad visual, mi trabajo es materializar los atributos y características del festival, lo que es. Traducir todo eso en formas visuales, tonos, ambientes, texturas, concretas, que pueden verse en nuestra web, en nuestras redes sociales, bueno, en todos los canales y elementos comunicativos,

también en la cartelería y banners publicitarios. Y en general, pues contrastamos un aspecto serio, minimalista, suizo digamos, todo muy preciso; con texturas y atmósferas más vivas, ruidosas, post-humanas o digitales.

(I.SE.An.1)

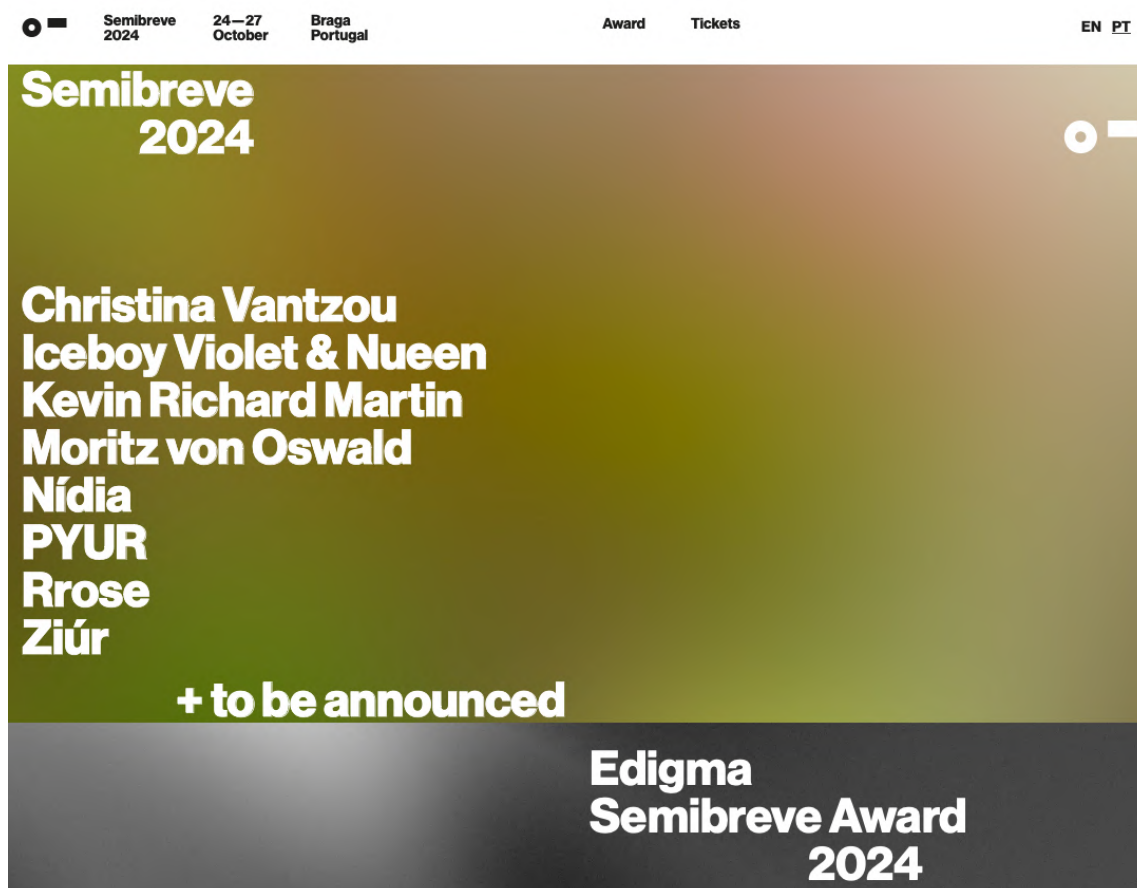


Figura 44. Imagen de la página web del festival SEMIBREVE (<https://www.festivalsembreve.com>), el día 30 de abril de 2024.

Sin embargo, en el caso de SEMIBREVE, no parece que la organización dedique grandes esfuerzos a coordinar la comunicación y respectivamente, la difusión, promoción y comercialización de la actividad y el evento-vitrina a través de la página web:

Bueno, nos gusta hacer una comunicación sutil, no funcionamos como una marca impositiva que irrumpe en el usuario a través de publicidad invasiva. Como somos todos músicos, el núcleo duro quiero decir, el grupo de 4-6 personas, Rafael, Luis, Tiago, Miguel, Illidio, Pedro y yo, y eso es lo que nos une. Así que la comunicación,

y en general, el trabajo de todos los que estamos implicados, está al servicio de la identidad del proyecto, a su vez al servicio de la vocación artística, nunca de la comercialización. Nuestros esfuerzos se dirigen a la calidad y exquisitez con respecto a los contenidos, no al servicio de la publicidad y el marketing de ventas, porque además no nos hace falta. Somos un festival pequeño y casi siempre hacemos sold out, no queremos que el festival crezca en número, así que no creamos contenidos comunicativos enfocados a vender entradas y captar masivamente nuevos públicos.

(I.SE.An.1)

Por lo tanto, podemos concluir que el festival Semibreve, realiza una campaña de comunicación digital a medida de sus expectativas y necesidades comerciales, que en su caso, son muy accesibles, ya que al contar con financiación pública garantizada y ser un festival pequeño, el festival no debe asumir el compromiso de generar una continua captación de nuevos públicos y un nivel de ventas de entradas particularmente exigente.

- En festival catalán MIRA, también nacido en 2011 al igual que Semibreve, sin embargo, se sitúa en una posición visual completamente diferente al portugués: desde sus primeras ediciones, MIRA Digital Arts Festival apuesta por una identidad visual corporativa transgresora y arriesgada que articula en buena parte a partir de su página web. A continuación, elenco algunos ejemplos de los carteles y capturas de pantalla de las páginas webs de los últimos años.

A diferencia con la página web del festival portugués Semibreve, el festival catalán realiza un trabajo de comunicación más intenso e impactante, sobre todo a nivel gráfico y visual, articulado a partir de su página web.

El aspecto principal de la identidad gráfica del MIRA es que en cada edición renueva completamente su imaginario visual. Cada vez que el festival comienza a anunciar y promocionar la próxima edición, normalmente entre 6 y 8 meses antes de la fecha del evento-vitrina, todos los mensajes —tanto publicaciones en redes sociales, como notas de prensa, *newsletters*, reseñas o entrevistas— llevan al mismo lugar: la página web.

La campaña de comunicación funciona un poco a cascada. Normalmente para los momentos pico siempre hay más de una persona en el equipo. Al menos una que diseña contenidos en términos gráficos y al menos otra que implementa esos contenidos en los canales, redes y prensa.

(I.MI.A.2)



Figura 46: Cartel del festival MIRA, edición 2023. Fuente: página oficial del festival MIRA (<https://mirafestival.com/prensa/>)

ALVA NOTO LIVE A/V
 ANIMISTIC BELIEFS * JEISSON DRENTH: CACHE/SPIRIT LIVE A/V
 BEATRIX WEAPONS LIVE
 BLAWAN * BERNHARD HOLASCHKE LIVE A/V
 BOGDAN RACZYNSKI LIVE
 CATERINA BARBIERI LIVE A/V
 CLARK PLAYING BODY RIDDLE LIVE A/V
 DAME AREA LIVE
 DJRUM DJ SET
 IVANKOVÀ * ÁLVARO CHIOR LIVE A/V
 KALI MALONE PRESENTS
 DOES SPRING HIDE ITS JOY FEAT.
 LUCY RAILTON * STEPHEN O'MALLEY LIVE A/V
 KEITH FULLERTON WHITMAN LIVE
 KMRU * AHO SSAN PRESENT LIMEN LIVE A/V
 LORAINÉ JAMES * ALESSANDRA LEONE LIVE A/V
 MICHAEL ROTHER PLAYS NEU! 50TH ANNIVERSARY SHOW LIVE
 MOIN LIVE
 NIA ARCHIVES DJ SET
 SOFT CRASH (PHASE FATALE * PABLO BOZZI) LIVE
 SOMOS LA HERENCIA LIVE
 SQUAREPUSHER LIVE A/V
 TSVI DJ SET OBJECT BLUE DJ SET
 VOICES FROM THE LAKE LIVE * MANY MORE

MIRA DIGITAL ARTS **FESTIVAL** 2022 PHASE 1 THE CLOUD

BARCELONA BCN **11-12 NOV** NOVEMBER



MIRA 2022
DIGITAL ARTS FESTIVAL
11-12 NOVEMBER

MIRA 2022
DIGITAL ARTS FESTIVAL
11-12 NOVEMBER

TICKETS ON DICE

Figura 47: Cartel del festival MIRA, edición 2022. Fuente: página oficial del festival MIRA (<https://mirafestival.com/prensa/>)

MIRA DIGITAL ARTS FESTIVAL

8—10 NOV 2018 BARCELONA FABRA I COATS

TICKETS AT → MIRAFESTIVAL.COM



AÏSHA DEVI feat. EMILIE BARRET LIVE AV
ALESSANDRO ADRIANI 3D SOUND LIVE
ATOM™ presents DEEP STATE LIVE AV
AVALON EMERSON DJ SET
BORUSIADE 3D SOUND LIVE
CALL SUPER DJ SET
CANNIBAL INK 3D SOUND LIVE
CARLA DAL FORNO LIVE AV
CAUTO feat. ANTON BABINSKI LIVE AV
CHRISTOPH DE BABALON LIVE
COUCOU CHLOE LIVE
DJ STINGRAY DJ SET
EL SUEÑO DE HYPARCO deconstructing
AMBIENTES HORMONALES
feat. ALBA G. CORRAL LIVE AV
JASON VOLTAIRE VJ SET
JOSEY REBELLE DJ SET
LICHT, MEHR LICHT!
by GUILLAUME MARMIN INSTALLATION

LIGHT, SOUND, SPACE
by NICK VERSTAND
& SALVADOR BREED INSTALLATION

MARTA VERDE VJ SET
NATALIA STUYK VJ SET
RALP MODULAR 3D SOUND LIVE
RIVAL CONSOLES LIVE AV
rROXYMORE 3D SOUND LIVE
SEEFEEEL performing "QUIQUE"
feat. DAN CONWAY LIVE AV
TANGERINE DREAM LIVE AV
TAPAN 3D SOUND LIVE
VARG 3D SOUND LIVE
TIRADOR VJ SET
VENETIAN SNARES
X DANIEL LANOIS LIVE
WARÁ feat. TRAMA BARCELÓ LIVE AV
WOLF MÜLLER
& NIKLAS WANDT 3D SOUND LIVE
YVES TUMOR feat. EZRA MILLER LIVE AV
→ MORE TBA



MAIN SPONSOR



SPONSOR



MEDIA PARTNERS



WITH THE SUPPORT OF



TECHNOLOGICAL PARTNERS



COLLABORATORS

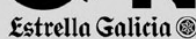


Figura 48. Cartel del festival MIRA, edición 2018. Fuente: página oficial del festival MIRA (<https://mirafestival.com/prensa/>)

MIRA
Digital Arts Festival

5 MAY 2018 - FUNKHAUS Berlin

Aïsha Devi Live A/V
Espinoza Modular Live A/V
Forest Swords Live A/V
Laurel Halo Live
Lorenzo Senni Live
Yves Tumor Live

Dj Sets:
Black Merlin
Christian Len
DJohnston
Inga Mauer
Lux
Vladimir Ivkovic

MONOM 4DSOUND:
Eomac Live
WaqWaq Kingdom Live
4DSOUND: A Retrospective
4DSOUND: Installations

+ Conference Program w/
Entter / Lyra Pramuk / Leil Zahra / Mic Oala / Shigeru Ishihara

MIRA

TICKETS:
mirafestivalberlin.com

Figura 49. Cartel del festival MIRA, edición 2018, en Berlín. Fuente: página oficial del festival MIRA (<https://mirafestival.com/prensa/>)

9,10,11 November 2017 Fabra i Coats Barcelona



Ash Koosha LIVE A/V (UK) **Comisarios de la luz** presenta **Màgia Roja**
LOUNGE HERMETIC SET (ES) **Darío Alva + Diego Navarro** present **VESSELS** LIVE A/V (ES)
Dedekind Cut LIVE A/V with **Micki Pellerano** (US) **DJohnston** plays Music for Hubble with
Marcel Bagó FULLDOME A/V (CAT) **Edward** 3D SOUND LIVE (DE) **Emptyset** LIVE A/V (UK)
Espinoza MODULAR LIVE A/V (ES) **Essaie Pas** 3D SOUND LIVE (CA) **Ferenc** 3D SOUND LIVE (ES)
Florence To VJ SET (UK) **Human Produce** VJ SET (ES) **I-F** DJ SET (NL)
James Holden & The Animal Spirits LIVE BAND A/V (UK) **Jorge Cumbre** VJ (ES)
Julianna Barwick LIVE A/V (US) **Kelly Lee Owens** 3D SOUND LIVE (UK)
Khidja 3D SOUND LIVE (RO) **μ-ZIQ** LIVE A/V (UK) **Onionlab** VJ SET (ES) **Omar Prole** presents
Pantheos 360° SCREENING (ES) **Paranoid London** LIVE A/V (UK) **patten** LIVE A/V (UK)
Powell NEW BETA LIVE A/V (UK) **Pumarejo** presenta **Mans O & Odd Labu** 3D SOUND LIVE (ES)
Shackleton + Anika present **BEHIND THE GLASS** LIVE A/V with **Pedro Maia** (UK-PT)
Shoeg LIVE A/V (ES) **Skygaze** 3D SOUND LIVE (ES) **Suso Saiz** LIVE A/V (ES) **The Bug** vs
Dylan Carlson of Earth LIVE (UK-US) **Toulouse Low Trax** 3D SOUND LIVE (DE)
Tzusing DJ SET (CH) **Visible Cloaks** LIVE A/V (US) **Visionist** LIVE A/V with **Pedro Maia** (UK-PT)
Voiski POST-TRANCE 3D SOUND LIVE (FR) **Vril** 3D SOUND LIVE (DE) **William Basinski** LIVE (US)
[Adult Swim] 360°SCREENING (US) **Ben Zamora** presents **The Hollow Futures**
of what Remains **INSTALLATION** (US) **Bio-inspire** by **Void** 360° SCREENING (TR)
Homeomorphism by Ouchhh 360° SCREENING (TR) **Maurice Mikkers:**
Imaginarium of Tears CONFERENCE (NL) **MIRA Rainbow Room** by
Eyesberg, Device & Pauk **INSTALLATION** (ES) **Quantum Chromodynamics** by
Glassworks **INSTALLATION** (ES) **Ralp** presents **Multiparity** 3D SOUND EXPERIENCE (ES)
The Cryogenian by **Julius Horsthuis** 360° SCREENING (NL) **Void** CONFERENCE (TR)
Xavi's Lab: Technologies for a Change CONFERENCE (ES)

Tickets on sale: www.mirafestival.com

Main sponsor



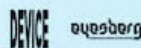
Sponsors



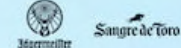
Supporters



Artistic Collaborators



Collaborators



Media partners



Technological partners

Figura 50. Cartel del festival MIRA, edición 2017. Fuente: página oficial del festival MIRA (<https://mirafestival.com/prensa/>)

x16 MIRA x16

Digital Arts Festival

ALESSANDRO CORTINI presents **AVANTI** (IT) **BEGUN** presents
AMMA FILM (ES) /**BEYOND/** (ES) **BOLDTRON** (ES) **CHRONOPHAGE** by
TIND (CA) **DEATH IN VEGAS** (UK) **ELYSIA CRAMPTON** (USA) **ENTER** (ES)
ESPLENDOR GEOMÉTRICO (ES) **GESLOTEN CIRKEL** (XX) **GÜIRO**
MEETS RUSSIA (ES) **HAMILL INDUSTRIES** presents **VORTEX** (ES)
IMP + FRAME DROP (ES) **JANKENPOPP + ZOMBECTRO** (FR) **JEM**
THE MISFIT (NZL) **JLIN** live - visuals by **FLORENCE TO** (USA-UK) **JOB**
JOBSE (HE) **KIM ANN FOXMAN** (USA) **KONX-OM-PAX** (DE) **LAKKER**
present **TUNDRA** (IR) **LEE GAMBLE & DAVE GASKARTH** present
FOLDINGS (UK) **LONE + KONX-OM-PAX** (UK) **MORPHOGENESIS** by
CAN BUYUKBERBER (TR) **ONIONLAB** presents **AI_Vectors** (ES)
PAUK + EYESBERG (ES) **PFADFINDEREI** (DE) **PLAID & THE BEE** (UK)
PLAYMODES presents **CLUSTER** (ES) **ROLY PORTER + MFO** present
THIRD LAW (UK-DE) **THROWING SNOW** (UK) **TIM HECKER** live -
lightshow by **MFO** (CA-DE) **ZOMBY** (UK)

TICKETS AVAILABLE AT

WWW.MIRAFESTIVAL.COM

MIRA
DIGITAL ARTS FESTIVAL

10000%
DIGITAL ARTS

DIGITAL ARTS FESTIVAL 10+11+12 NOV Barcelona - Fabra i Coats

Main sponsor



Sponsors



EPSON



Artistic Collaborators



Media partners



radio 3



TU



Barcelona Interurbà Barcelona de T.C.

OCIMC

iCat.cat

Figura 51. Cartel del festival MIRA, edición 2016. Fuente: página oficial del festival MIRA (<https://mirafestival.com/prensa/>)

30 Oct — 7 Nov · 2015 Barcelona

MIRA

9th cloud + Cyril Meroni (FR) Andy Stott (UK)
A Winged Victory for the Sullen (USA) AV Exciters (CH)
AV-K + Kanaka (IT) Ben Frost AURORA w/MFO (AU)
Blanck Mass (UK) Boris Divider (ES) desaxismundi (FR)
Dopplereffekt (USA) Entropia (CA/FR) Ghost Culture (UK)
João Martinho Moura (PT) Joëlle (UK) Lenticular Clouds (ES)
Lloret Salvatge (ES) Loppkio + Gnomalab (ES) Nosaj Thing (USA)
Oscar Sol + Ralp (ES) Pearson Sound (UK) Prefuse 73 (USA)
ProtoPixel + Tigrelab (ES) Richard Devine (USA)
Rival Consoles (UK) Robot Koch (DE) Supermafia +
Feldermelder (CH) Takami Nakamoto + Sébastien Benoits (FR)
TIMÉE (FR) Vessels (UK) Zero (ES)

 **MIRA**
LIVE VISUAL ARTS FESTIVAL

Fabra i Coats, Arts Santa Mònica, Razzmatazz

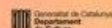
Tickets available at:
www.mirafestival.com

Sponsors



EPSON

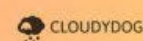
Supporters



Technologic Partners



Artistic Collaborations



Media Partners



Figura 52. Cartel del festival MIRA, edició 2015. Fuente: página oficial del festival MIRA (<https://mirafestival.com/prensa/>)

30 Oct — 7 Nov • 2015 Barcelona

MIRA



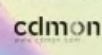
Patrocinadors



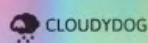
Amb el suport de



Soci tecnològic



Col·laboració artística



Mitjants col·laboradors

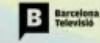


Figura 53. Elemento gráfico del festival MIRA (presentación de la identidad visual) edición 2015. Fuente: página oficial del festival MIRA (<https://mirafestival.com/prensa/>)

En este caso, el festival MIRA, usa su página web como un verdadero *hub* informativo desde donde articular y coordinar su *festivalscape* discursivo, visual y textual: cada año, el festival cambia su línea editorial e identidad visual para sorprender a su público y crear un mayor *engagement* a lo largo de toda la campaña de comunicación, enfocada a la difusión, promoción y comercialización del evento-vitrina. Por otro lado, el festival MIRA, a diferencia de Semibreve, realiza un mayor esfuerzo de comisariado y redacción de contenidos: normalmente, en la página web podemos ver una pequeña presentación de cada artista, cada instalación y cada actividad que se celebrará en el evento-vitrina.

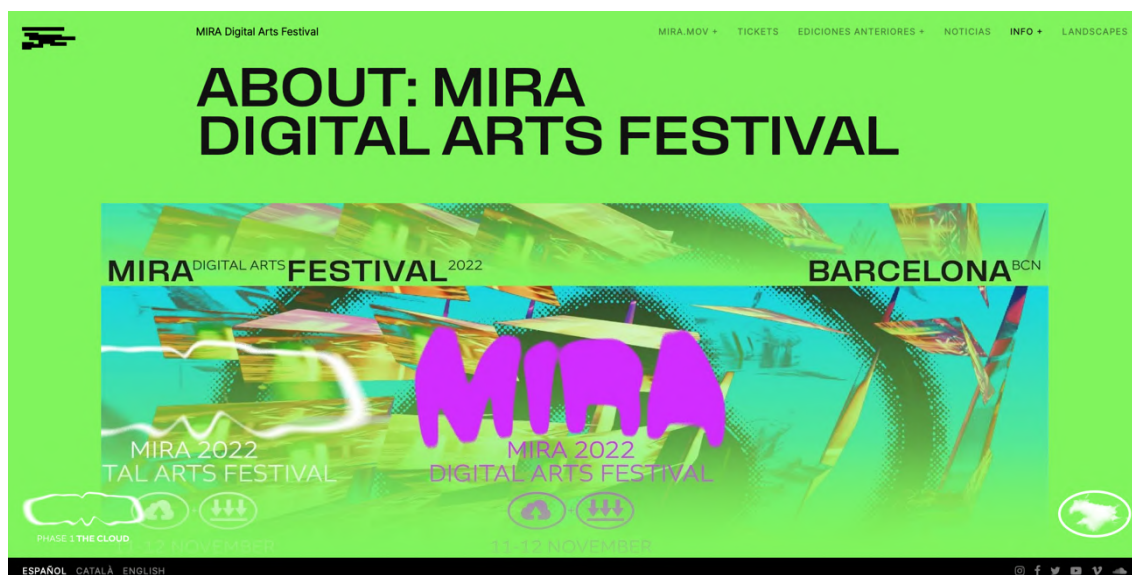


Figura 54. Imagen de la página web del festival MIRA, en la sub-sección “Info > about”. Último acceso, 1 de mayo de 2023: <https://mirafestival.com/el-festival/>

Además de la presentación de los contenidos y la programación del evento-vitrina, el festival desarrolla una labor autobiográfica a modo de archivo, dedicando una sección a las anteriores ediciones celebradas, donde podemos ver las actividades celebradas y un pequeño resumen de la información básica de cada edición. Sin embargo, además, también encontramos una sección dedicada a noticias —*news*—, donde el festival publica buena parte de sus *newsletter* y además comparte las reseñas y apariciones en medios de comunicación más importantes.

EDICIONES ANTERIORES



Figura 55: Imagen de la página web del festival MIRA, en la sección “Ediciones anteriores”. Último acceso, 22 de diciembre de 2023: <https://mirafestival.com/ediciones-anteriores/>

Por último, además de por supuesto, dedicar una sección principal a la venta de entradas, el festival aprovecha para presentar los otros dos proyectos que desde el festival MIRA, además del evento-vitrina, impulsan como organización dedicadas a las artes digitales: MIRA.mov, un ciclo de proyecciones y piezas audiovisuales inmersivas producido y comisariado por MIRA y desarrollado en IDEAL Centre d’Arts Digitals; y la agencia LANDSCAPES, la célula empresarial de la organización MIRA que funciona como consultoría y agencia de *booking* en torno a las artes digitales: representando a artistas digitales, comisariando y produciendo experiencias audiovisuales inmersivas (<https://landscapes.digital/about/>).

Por último, como indicábamos al principio en la introducción de este capítulo, al igual que todas las páginas web de los EMDAF, también encontramos una subsección dedicada a los patrocinadores y *partners* del festival, clasificados según su importancia, funciones o condiciones de patrocinio, compromiso y colaboración con el festival.

- Por otro lado, el festival italiano ROBOT, es un ejemplo híbrido y justo a medio camino entre Semibreve y MIRA: si bien durante los primeros años de ROBOT, hasta 2015, el festival apostaba por unas estéticas más arriesgadas y distinguidas, que además cambiada de edición en edición, actualmente, sobre todo a partir de los últimos cuatro años, el festival se ha decidido por una línea editorial mucho más neutra y corporativa,

con una paleta de colores suaves, tipografía minimalista y precisa, así como una composición y maquetación gráfica muy bien repartida, cartesiana y poco arriesgada.

Actualmente la página web del festival ROBOT, en mayo de 2023, funciona como una especie de cartelera de los próximos eventos en los que ROBOT, como organización, marca y festival, participa, produce, coorganiza o colabora. Como sucedía con Semibreve y MIRA, también tenemos unas secciones principales dedicadas al evento-vitrina. En el caso de ROBOT, al menos actualmente, encontramos activos y operativos los portales web de la dos ediciones pasadas —2022 y 2021—, donde a su vez, podemos navegar entre: el “manifiesto”, que funciona a modo de texto de comisariado de cada edición; el programa de actividades por días, la presentación de los artistas, la presentación de los espacios, un área explicativa e informativa sobre las áreas “*learn*”, “*arts*” y “*kids*”, es decir, todas aquellas actividades paralelas a los shows audiovisuales y musicales, como charlas y conferencias, talleres y sesiones formativas, instalaciones artísticas, actividades infantiles, etc. En este sentido, comparado con Semibreve e incluso por encima del festival MIRA, encontramos un trabajo de dirección artística, redacción creativa de contenidos y comisariado muy minucioso, hasta el punto de presentar el contexto histórico y situar cada espacio en la ciudad, presentar la biografía y la obra de cada artista, cada una de las actividades —también aquellas más secundarias o de menor repercusión como los talleres, charlas o conferencias— desarrolladas durante el evento-vitrina —no solo los shows, conciertos y actividades audiovisuales y musicales.

La verdad es que somos muy minuciosos con la comunicación, pero es que hay que serlo. Piensa que es tu única herramienta para mantener al público interesado durante todo el año. Pero bueno, nosotros además, sobre todo desde la pandemia, creo que hemos terminado de posicionarnos de forma seria con el festival, de cara a las instituciones, a la ciudad y eso. Es verdad que somos un tipo de organización que tiene público en su mayor parte joven, pero también movemos mucha gente de entre 35 y 50 años importante para la ciudad, muchos profesionales del turismo, del ocio y los eventos, de la tecnología, de la cultura y la comunicación sobre todo. Nos gusta contar cada detalle de nuestro focus porque sabemos que hay realmente gente que lo valora. No es lo mismo elaborar un cartel enorme con todos los nombres de los artistas famosos y como mucho un apartado de FAQ —preguntas

frecuentes—, que el trabajo que nosotros hacemos. Además, es fundamental elaborar las narrativas, eso es parte de mi trabajo como director artístico, y tampoco tiene sentido copiar y pegar de internet... pero sí que es necesario presentar de forma más o menos objetiva a muchos artistas porque son poco conocidos y muchos aún no han tocado en Italia por ejemplo.

(I.RO.F.G.1)

Por último, también encontramos una subsección dedicada a los patrocinadores y colaboradores del festival, vinculados a su vez a cada uno de los respectivos sitios web; y otra subsección, que podemos consultar desde la web de la edición número 12 del festival —año 2021—, el archivo de las ediciones anteriores, desde 2008 hasta la última edición en 2022.

En resumen, podemos entender las páginas webs de los festivales como el punto de partida de la experiencia ofrecida por el festival, ya que es uno de los primeros estímulos —gráficos, visuales, de información, contenidos, fotográficos e incluso audiovisuales— que un futuro usuario puede conocer del festival sin haber asistido a ninguna de sus ediciones previamente.

Todo el mundo dice que la gente viene a tal o cual festival porque es una experiencia única y diferente al resto. Pero bueno, al público nuevo, e incluso a la gente que ya ha asistido al festival, después de un tiempo, se lo olvida. ¿Cómo convences al público de que efectivamente es y va a ser una experiencia única si hace mucho tiempo que no viene o ni si quiera ha venido nunca? Con la comu [comunicación] y con los headliners. Insta para gancho y en la web para contenidos más en detalle. Si tienes el trabajo hecho, siempre haces sold out y no necesitas vender entradas, y vas sobrado pues vale, pero no creo que sea el caso de la mayoría de los festivales de los que hablamos.

(I.RO.An.2)

Por otro lado, a nivel objetivo, informativo y utilitario, las páginas web, además de ser el primer punto de contacto —o el segundo, después de Instagram— con la línea editorial y

la identidad visual corporativa, sirve de *hub* y contenedor de una gran cantidad de información útil indispensable: desde la venta de entradas, hasta la presentación de los artistas, los espacios, las actividades, los servicios del evento-vitrina, cómo llegar y dónde alojarse, como información estratégica en relación a los patrocinadores y *partners*, etc. Por último, es fundamental pensar que los festivales de música electrónica y artes digitales, como cualquier organización dedicada profesionalmente a la producción cultural, deben generar contenidos de calidad para mantener el *engagement*, su huella y presencia digital activa.

Por lo tanto, el trabajo de redacción creativa de contenidos es una tarea estratégica, desarrollada entre la dirección artística y la comunicación del festival, de la que depende que el festival, sobre todo durante los tres meses previos al evento-vitrina, genere expectación entre el público, con la finalidad de convertir al máximo número de personas en *leads* realmente interesados y finalmente en usuarios y clientes. En este sentido, como seguiremos viendo a continuación en las próximas subsecciones, la redacción creativa de contenidos, así como aspectos más específicos como el *copywriting*, son aspectos clave que los EMDAF ejecutan a través de sus redes sociales y otras herramientas como el email marketing y las *newsletters*.

7.3. Las redes sociales

Si bien existen importantes contribuciones académicas recientes de la última década en materia de *festivalscapes* sobre festivales, grandes eventos o ferias comerciales, no encontramos ninguna que profundice en el papel de las redes sociales —ni en los varios canales o estrategias de comunicación— en los procesos de configuración de *festivalscapes* en dichas organizaciones y eventos. Aunque este argumento podría dar en sí mismo para un estudio mucho más profundo, a continuación, analizaré, a través de los casos de estudio, el papel y la importancia que las redes sociales, sobre todo Instagram, tienen en la comunicación de dichos festivales. Es decir, qué papel tienen en cuanto herramientas configuradoras del *festivalscape*, y por tanto, configuradoras de identidad y autenticidad; pero además, como importantes instrumentos de difusión,

promoción y publicidad del festival, al servicio de la comercialización de las entradas para el gran evento-vitrina.

Instagram, primero de todo, es fundamental; ahí van a comprobar si es un festival juvenil, contemporáneo, actual y vivo. Hay festivales muy potentes y actuales nacidos en los últimos años, poco antes de la pandemia que ni si quiera usan Facebook, solo Instagram; de hecho, hay algunos que han creado su web después de una o dos ediciones y han funcionado durante años solo con Instagram. Si el público ve un Instagram muerto y poco elaborado pensarán mal. Nosotros, bueno, aunque yo siempre me quejo, creo que no lo hacemos mal de todo, dentro de lo que hay, está bien. Y la página web igual, si ven algo feo, con poco trabajo de diseño, no sé... aburrido, con pocos contenidos... pues eso. Es difícil que un festival innovador, experimental y que va sobre nuevas tendencias y estéticas en el arte audiovisual y en la música electrónica y no tiene una comunicación digital eficiente convenza a nadie hoy en día.

(I.MI.An.2)

Si pensamos en el alto volumen de trabajo y las exigentes capacidades que las redes sociales de los EMDAF demandan, no solo para su gestión sino sobre todo para la creación y redacción de contenidos, podemos situarlas al mismo nivel de importancia que buena parte de las páginas webs de los EMDAF.

Las redes sociales dan mucho trabajo pero son fundamentales. Aunque normalmente, durante todo el año, todo lo hacemos entre dos personas. Uno diseña, a nivel gráfico y visual, y otro, más enfocado a la redacción de contenidos, al copywriting, a lo escrito digamos, además de a toda la planificación de la campaña de comunicación, que eso sí que se reflexiona mucho más, sobre todo con dirección. [...] Una de estas dos personas se encarga de la gestión, de programar todas las publicaciones una que ya tenemos el planning de comunicación. Sin embargo, de cara al evento grande, al festival, todo esto se multiplica por tres. La actividad se intensifica mucho, lanzamos post y anuncios pagados, empezamos con los videos, reels, stories, y demás. Y durante el evento igual, hay un equipo de personas trabajando para las redes sociales, mano a mano con el equipo de video y fotografía.

(I.RO.EI.2)

El perfil de Instagram de un EMDAF es uno de los principales canales de comunicación con el público, ya que funciona como de plataforma para contenidos de calidad, sintéticos, visuales, atractivos, que pueden ser fácilmente consultables por la comunidad de usuarios jóvenes y seguidores de un determinado festival desde cualquier *smartphone*, de forma intuitiva, *responsive* y muy eficiente. De hecho, debido a esta alta cualidad *responsive*, inmediata y espontánea de las redes sociales y su óptima implementación en nuestros smartphones, articular el conjunto de informaciones clave en las redes sociales de un EMDAF, desde contenidos, actividades, programación, servicios, productos, cómo llegar, dónde dormir, es fundamental:

Son fundamentales porque gran parte del público, yo creo que la gran mayoría, aunque no tengamos datos exactos... usamos el móvil. A no ser que seas muy fan y muy preciso, o un partner o un profesional del sector, no te pones a mirar en tu ordenador la página web de un festival, y a apuntarte las cosas en una libreta. Hoy en día aprovechas cualquier momento y lo miras con tu móvil, y como muchos haces un pantallazo y fuera. Y aunque puedes hacer una página web perfecta y super *responsive* para dispositivos smartphones... siempre es más lento, más complicado, y se acaba usando menos. ¿Cuánto tardas en saltarte 60 feeds para ir al feed que te interesa haciendo scroll? ¿2 segundos? ¿4 segundos? Pues eso, es más eficiente en la mayoría de los casos.

(I.MI.An.2)

Las redes sociales de los EMDAF son una herramienta de comunicación digital clave que funciona como escaparate desde donde cualquier EMDAF justifica su identidad —sobre a nivel visual— de forma atractiva y convincente en favor de la captación y conversión de nuevos públicos. En este sentido, las redes sociales, son también una excelente herramienta publicitaria y de promoción, que además, ofrecen un servicio de *targetización* de los públicos según preferencias, edades, geografías o hábitos de consumo, que puede ser ejecutado de forma intuitiva, ágil y autónoma, directamente desde la organización del festival.

Y son fundamentales para la publicidad y promoción de los eventos y actividades que hacemos. Aunque todo tiene su truco y hay que conocer bien las herramientas, no necesitamos contratar a una agencia para que nos lleve la publicidad, nos diga, dónde, cuándo y cuánto gastar para promocionar nuestras actividades. Con Facebook cubrimos un tipo de público, más mayor, y más regional, no tan urbano. Con Instagram cubrimos, el resto, la mayoría en realidad, e intentamos captar públicos jóvenes, de menos de 25 años. Por ejemplo, si colaboramos con una revista o plataforma británica, pues también dedicamos publi a ciudades clave en el sector de la música electrónica en ciertas épocas del año, según nuestro planning también. Y mola porque lo podemos decidir nosotros y es todo más rápido y directo. Pero está claro que las redes sociales en los últimos cuatro o seis años han avanzado mucho y nos ofrecen muchas herramientas para promocionar y comercializar nuestra actividad.

(I.RO.An.2)

Por último, otro aspecto fundamental a destacar es la propia evolución y el cambio en las tipologías de uso y consumo en las principales redes sociales, sobre todo Instagram, que es la principal herramienta de los EMDAF estudiados —Semibreve, MIRA y ROBOT—.

A fecha de mayo de 2024:

- Sus cuentas de Instagram tienen 8400, 32000 y 22000 seguidores; y fueron creadas en 2015, 2013 y 2012, respectivamente.
- Sus cuentas de Facebook tienen 11000, 21000 y 60000 seguidores; y fueron creadas en 2011, 2011 y 2010, respectivamente.

Aunque tradicionalmente Facebook ha sido —y sigue siendo— una red social donde predomina el texto sobre las imágenes e Instagram exactamente lo contrario; actualmente, sobre todo a partir de la centralización de ambas redes sociales en la herramienta Meta Business Suite, Facebook e Instagram están más cerca.

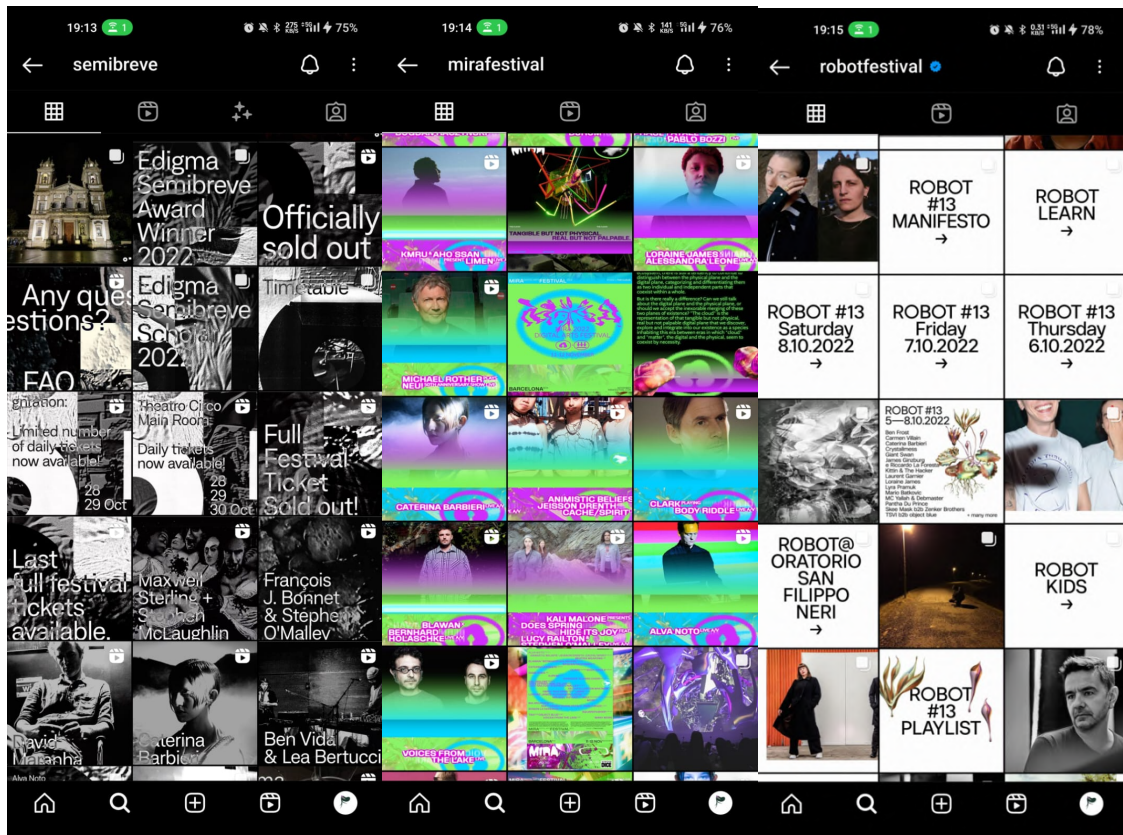


Figura 56. Capturas de pantalla con smartphone del feed de Instagram de las cuentas oficiales de los festivales SEMIBREVE, MIRA y ROBOT.

En estas capturas de pantalla podemos ver cómo los EMDAF usan su Instagram para desgranar, de forma muy gráfica y visual, la programación y cada una de las actividades, así como informaciones útiles sobre espacios, horarios o servicios del evento-vitrina. A mitad de camino entre el enfoque más directo y visual de las redes sociales y el contenido más detallado y textual de las páginas webs, encontramos las *newsletter* y las herramientas de *email marketing*, que permiten a los EMDAF cultivar una relación de *engagement* con su público de forma continuada a lo largo del año.

7.4. El email marketing y las newsletters.

El *email marketing* y las *newsletters* o boletines informativos vía email, son fantásticas herramientas para interactuar periódicamente, de forma personalizada y directa con el público fiel de un determinado festival. A pesar de que el *email marketing* y las *newsletters* no son una estrategia central en la captación de nuevo público para los EMDAF —como sí lo son las redes sociales y los servicios publicitarios que ofrecen medios especializados—, el tono directo y personalizado, así como sus potenciales herramientas de automatización, son hoy en día, para la mayoría de EMDAF, una estrategia clave para la conversión y fidelización del público.

La mayoría de los EMDAF suelen usar las *newsletter* para comunicarse con su público al menos una vez al trimestre, y dependiendo de la fase del calendario con respecto al evento-vitrina, enviando entre dos y cuatro emails por cada evento o actividad realizada, y entre cuatro y diez emails para contar y promocionar cada uno de los detalles de su evento-vitrina. El email marketing es muy útil para los EMDAF porque permite implementar técnicas avanzadas de automatización y segmentación del público según la interacción y *engagement* derivado de las propias *newsletters*, que irán facilitando datos sobre cuándo, cómo y a quién es mejor enviar qué tipo de información —presentación de las fechas del evento-vitrina, primeros artistas confirmados, venta de entradas, sorteo de entradas, patrocinadores, sorteo de experiencias relacionadas con patrocinadores, información útil sobre cómo llegar, accesos, servicios y productos que el público encontrará en el festival, etc—.

Nosotros usamos las newsletters como herramienta principal, es muy importante. Además, bueno, vas creando grupos de público. Porque no lo usamos solo para vender entradas digamos, sino que vas creando boletines informativos, y de seguimiento, sobre todo de cara a patrocinadores, partners, e instituciones también. Es un sistema muy rentable porque a la vez que es formal, porque sigue siendo correo electrónico, pero podemos jugar a nivel gráfico y visual, incrustar contenido audiovisual o fotográfico potente. A mi me gusta eso mucho, que sea formal pero a la vez atractivo, podemos aplicar nuestra identidad gráfica en las newsletter. También nos autoexige mucho y nos ayuda a nosotros mismos y al equipo a organizar bien los contenidos, a ordenar las ideas y mejorar siempre la forma de contar las cosas. Pero a la vez es muy serio, porque sobre todo los profesionales, los patros, partners y eso, leen estas newsletter de sus socios durante la jornada de

trabajo. Y eso le da importancia y sitúa mejor el contenido, no es como Instagram que lo veo junto a un montón de mil cosas más.

(I.Ot.MW.1)

De forma diferente a las redes sociales, las *newsletters* permiten articular la comunicación de un EMDAF de forma mucho más narrativa —basada en la expresión escrita— y abordando cada detalle de la programación, los servicios, las preguntas frecuentes, o cualquier aspecto configurador del *festivalscape* y cada uno de los aspectos útiles del evento-vitrina. De hecho, de cara a la articulación y narración de los discursos y los textos, las *newsletters* permiten conjugar de forma extraordinaria la explicación y justificación de aspectos más informativos como por ejemplo la presentación de las actividades, los espacios, o los horarios; con atractivas herramientas de email marketing como los botones y *widgets* de suscripción o CTA —*call to action*—, para que el público ejecute sus decisiones de compra de entradas o registro de asistencia en las páginas web o *landing pages*.



Figura 57. Imágenes de la *newsletter* del festival MIRA para la comunicación de 2022. Fuente: bandeja de entrada del autor.

En estas capturas de pantalla —desde un *smartphone*— de la *newsletter* del festival MIRA, por ejemplo, podemos observar esta interacción atractiva entre los varios tipos de texto —regular, con negritas, títulos y subtítulos, uso de hipervínculos— con el uso de

materiales y elementos audiovisuales como el video *teaser* promocional y los botones CTA para redirigir al usuario al *landing page*, es decir, a la página oficial para comprar las entradas para el evento-vitrina.

Gracias a las herramientas y motores de automatización del *email marketing*, actualmente, cualquier festival puede a la generar datos sobre la interacción del público a partir de las *newsletters*, obteniendo mediciones que ayudarán a mejorar los resultados, segmentar de forma personalizada el público para especializar y personalizar los temas y argumentos. Además, el hecho de que una *newsletter* sea de lectura privada y personal —llegando a la bandeja de entrada personal de cada usuario— ayuda a crear vínculos de *engagement* y fidelización, a diferencia del carácter más abierto y masivo de las redes sociales o las páginas webs, abiertas y disponibles a cualquier usuario. Sin embargo, aunque normalmente el tipo de lectura de las *newsletters*, debido a su formato basado en el email, suele ser más formal y a menudo en ordenadores, la mayoría de herramientas de email marketing cuentan con un alto grado de optimización *responsive* para una lectura y visualización excelente en *smartphones* y otros dispositivos.

Para nosotros es fundamental. Aunque también nos gusta mucho aprovechar los espacios de las redes sociales para presentar en detalle las actividades y los artistas, siempre las redes sociales son más rápidas y la atención es diferente, más de imagen e impacto, menos de texto. Con las newsletters, y como la página web por supuesto, podemos *explayarnos* más, dedicar una narración específica de por qué dicho artista está este año en ROBOT. Creemos que la atención de la newsletter es diferente, como de más calidad. [...] Y además que esto ha avanzado en los últimos años. Hace 10 años era impensable que hoy pudiéramos hacer unos emails tan bonitos, tan atractivos visualmente, y tan fáciles de hacer para nosotros, para las organizaciones. Una vez que tienes tu plantilla, la dificultad es similar a la de un post en redes sociales, pero sin embargo estás linkeando un montón de acciones, desde comprar entradas, puedes presentar partners, listas de spotify... es muy útil la verdad.

(I.RO.F.G.1)

En resumen, el conjunto de herramientas ofrecidas por el *email marketing*, donde se integran las *newsletters* como principales instrumentos, son una de las líneas de acción

fundamentales a través de las cuales los EMDAF articulan su plan comunicacional. En concreto, a través de las *newsletters* o boletines informativos, los EMDAF cultivan una estrecha relación con su público durante todo el año, presentando en detalle cada una de las actividades que se van a realizar —no solo el evento-vitrina sino también la participación en otros festivales, pequeños eventos o proyectos secundarios—, y por supuesto, presentando en detalle cada uno de los avances —venta de entradas, nuevas confirmaciones en cartel— del gran evento-vitrina.

Tras analizar las páginas webs y las redes sociales, hemos visto cómo en las *newsletters* también el texto y los discursos son fundamentales, en excelente combinación con otros elementos audiovisuales y sobre todo con botones CTA e hipervínculos. La posibilidad discursiva y narrativa de las *newsletters*, permiten a los EMDAF ejecutar el tono y la línea editorial de la identidad del festival, y junto a las herramientas de automatización y segmentación de los públicos, convierten a las *newsletters* en una de las acciones fundamentales a través de las cuales los EMDAF articulan su *festivalscape*, justificando su identidad y autenticidad, a lo largo de todo el año.

A continuación, por último, vamos a analizar otro marco comunicativo fundamental a través del cual los EMDAF articulan su *festivalscape*, sobre todo en forma de narraciones, textos y discursos: los medios especializados.

7.5. Los medios especializados

En 2017, Resident Advisor, la plataforma online especializada en música electrónica más importante del mundo, dejó de desarrollar una de sus actividades más famosas —un ranking asociado a una encuesta pública global sobre los mejores artistas del mundo en el campo de la música electrónica— debido al fuerte impacto de dicho ranking en la percepción de las múltiples escenas trans-locales de la música electrónica a lo largo del globo. Según sus fundadores, Paul Clement y Nick Sabine, la encuesta —y la escena a su alrededor— había cambiado enormemente (<https://ra.co/features/3105>):

«Lo que comenzó como una manera alegre de alabar a nuestros artistas favoritos y brindar por el año pasado se convirtió en una consecuencia más seria: un índice de la industria que influye en muchas partes diferentes de la cultura del club, desde la alineación de eventos hasta las tarifas artísticas y la atmósfera de la escena en general. [...] La homogeneidad de los resultados no representaba la diversidad de la escena. Musicalmente, presentaron solo una parte de la música que cubrimos y que se reproduce en los clubes. [...] No representan la realidad de la música electrónica en 2016, una escena en la que innumerables mujeres increíblemente talentosas pinchan en clubes repletos cada fin de semana. Continuar ejecutando estas funciones sería disminuir la contribución vital que hacen a la música electrónica».

La responsabilidad y el impacto en las preferencias estéticas y consumo global en torno a la música electrónica de plataformas de éxito dedicadas a la música electrónica de uso global como Resident Advisor fue una cuestión importante a principios de 2017 cuando desde la organización decidieron dejar de publicar sus encuestas y rankings sobre los mejores dj's del mundo (ver también Mazierska et al., 2018). Actualmente, con casi 5 millones de usuarios y lectores mensuales registrados a través de la App y web de Resident Advisor y casi 2 millones de seguidores en redes sociales, los festivales de música electrónica y artes digitales encuentran en este tipo de plataformas un escaparate perfecto para comunicar y promocionar los detalles más atractivos de su evento-vitrina y articular una parte importante de su plan comunicacional.

La gran mayoría de EMDAF europeos se sirven de medios especializados, en su mayoría digitales, para ejecutar, de forma directa —por ejemplo, a través de entrevistas en profundidad a los directores o principales representantes de los festivales— o indirecta —por ejemplo, a través de reseñas en profundidad—, acciones del plan comunicacional, articulando textos, discursos, narraciones dirigidas a justificar, divulgar y promocionar la identidad y autenticidad de dicho festival. Plataformas como Resident Advisor han marcado un hito importante en la historia escrita online de la música electrónica, de sus escenas, movimientos y fenómenos a lo largo del globo; lo cual ha servido como inspiración para proyectos similares escalados a ámbitos nacionales y locales, donde los EMDAF y festivales y otros eventos y actividades de pequeño formato, encuentran otro portal de expresión y comunicación con el público:

Lo bueno de plataformas como Resident Advisor es que funcionan de forma excelente a nivel global. Hoy, si voy por ejemplo a Montreal de viaje, o por trabajo, pues por mi profesión en el sector de los eventos y por ROBOT, a pesar de que conozco algunos espacios o eventos que no me perdería, consultaría seguramente Resident Advisor. Porque además de funcionar como revista y productora de contenidos, no deja de ser un portal escaparate que funciona como agenda de eventos en torno a la cultura de la música electrónica y de baile. Entonces pasa lo mismo, cuando un americano o un australiano, o austriaco, está en Italia de vacaciones y es fan de la música electrónica en directo, es muy probable que consulte Resident Advisor y vea ROBOT.

(I.RO.An.1)

Cuando hablamos de medios especializados nos referimos normalmente a plataformas y portales web que aglutinan varias actividades y líneas de acción que van desde el apartado periodístico y editorial más enfocado a la divulgación y reflexión crítica, hasta funciones más enfocadas a la promoción de eventos y festivales, o a la visibilidad y puesta en valor de artistas y su producción artística o escenas concretas en diferentes partes del mundo. Además de Resident Advisor, existen numerosas plataformas clave de relieve internacional como Pitchfork, XLR8R, The Quietus, Crack Magazine, DjMag, Clot, The Wire, etc.

Normalmente, en la mayoría de los casos, los EMDAF cuentan con una o dos plataformas asociadas al festival que actúan como *media partners*. El servicio de colaboración y *media partner* suele ser de varios tipos, en la mayor parte de los casos, incluyendo al menos una o varias pequeñas reseñas sobre el festival en tono promocional antes del evento-vitrina, una o varias reseñas breves sobre cómo se está desarrollando el evento-vitrina, y a menudo, también una reseña en profundidad, una o varias semanas —o incluso meses—, tras la finalización del evento-vitrina. En algunos casos el festival invita a una persona representante del medio para que asista uno o varios días al evento-vitrina, de forma presencial, y pueda cubrirlo *in situ*. Otras veces el festival envía un dossier o nota de prensa con contenido inspirador que para el propio medio narre una pequeña reseña sobre la celebración del evento vitrina. Esta última

forma, aunque por cuestiones económicas se sigue llevando a cabo, sobre todo para posicionar el festival internacionalmente, tiende a ser una modalidad secundaria y menos comprometida con el festival:

Para nosotros es fundamental crear momentos de convivencia porque es uno de nuestros sellos identitarios. No queremos que escriban sobre nosotros algo superficial casi automatizado o copia-pegar de nuestro dossier de prensa. No tiene sentido. Puede estar bien que lo haga el periódico de la ciudad o un medio no experto en cultura digital, new media y música electrónica. Pero nosotros creemos que el evento del festival es un momento estimulante para generar contenido, pensamiento. Por eso invitamos a la gente a que venga también, y porque bueno, la música es poderosa y lo que se vive en un festival así también lo es. Es difícil retratar y escribir sobre las emociones y la *vibra* de una *dancefloor* si no has estado en ella.

(I.SE.F.G.3)

- Por ejemplo, el festival SEMIBREVE de Braga, normalmente cuenta con dos o tres medios colaboradores que son medios especializados en el campo de la música electrónica, new media o plataformas de reflexión crítica en torno a la intersección ciencia-arte-tecnología. Para el 2022, el festival portugués ha contado con los medios especializados Rimas e Batidas —uno de los medios nacionales especializados en música y cultura musical contemporánea más relevantes—, y los medios internacionales de sede británica Clot, Crack y The Quietus.



Festival: SEMIBREVE 2023, exploring electronic music & digital art in Braga, Portugal

2 Apr, 2023

Text by CLOT Magazine Since 2011 SEMIBREVE has consistently presented a forward-thinking programme featuring some of the most revered electronic music and cross-disciplinary work by



SEMIBREVE Festival 2022: The Day After

10 Nov, 2022

Text by Jacobo García Europeans nowadays live accustomed to a hyper-caloric diet of music experiences. The music festival explosion is well known and documented: we



Insight: SEMIBREVE Art Programme 2022 brings experimental multimedia artistic gestures to Braga

27 Oct, 2022

Text by Agata Kik SEMIBREVE is entering its second decade this year. Happening 27 - 30 October 2022 and spawned in Braga, Portugal's Silicon Valley



Festival: SEMIBREVE 2022, at the frontier of digital arts, electronic music & live performance

3 Aug, 2022

SEMIBREVE is the electronic music and digital art festival in Braga, Portugal. Since 2011, the festival has actively promoted the digital arts in Portugal while

Figura 58. Imagen del portal web Clot con varias reseñas sobre el festival Semibreve. Fuente: <https://clotmag.com/?s=semibreve>

Por ejemplo, Clot Magazine, una plataforma editorial digital de reconocimiento internacional dedicada a las formas de arte experimentales en torno a la intersección ciencia-arte-tecnología, durante el 2022, ha dedicado un total de cuatro reseñas al festival Semibreve, del que forma parte como *media partner*. Durante mi investigación de campo y residencia etnográfica en Braga analizando el festival portugués, indagué junto a Meritxell Rosell —directora y jefa editorial de Clot— y Jacobo García —editor colaborador de Clot— la importancia que este tipo de plataformas tienen en los festivales de música electrónica y artes digitales:

No es solo importante por el hecho de que los festivales puedan publicitar, promocionar y divulgar aspectos fundamentales de su actividad aquí, lo cual es genial, pero yo creo que va más allá. Si te paras a pensar, realmente, estos proyectos son bastante nicho, no dejan de ser experimentales y vanguardistas, y es poco probable que medios mainstream, por muy alternativos o culturales que sean, cubran este tipo de proyectos. Por ejemplo si pensamos en España, pues Radio 3 es difícil que cubra con alguna sección dedicada a festivales como el L.E.V. o el MIRA. Cada vez hay más interés en acoger formas culturales más diversas, experimentales o fragmentadas, pero aún cuesta mucho. Y mucho menos en prensa nacional impresa. Aunque creo que nosotros estamos en una esfera un poco más internacional y más específica, también entre lo popular y lo académico, en general, el ecosistema de plataformas, revistas y medios digitales especializados en el sector de la creatividad digital son fundamentales para conocer el sector en profundidad.

[...] Puedes ir a los eventos, conocerlos in situ. Pero si no es así, tienes que buscar información profundizada en medios especializados. [...] Si no fuera por nosotros, no habría nadie que escriba, analice o investigue este tipo de productos y expresiones culturales. [...] Por otro lado, al fin y al cabo, son los medios nativos de estos formatos. La mayoría de estos festivales han nacido en la última o dos últimas décadas, ¿cuántos de la gente que hay aquí lee el periódico? Los festivales saben que sus medios son digitales, las redes sociales, las páginas webs y la cobertura que medios como nosotros podemos ofrecer.

(I.Clot. F.G.1)

En el caso de los festivales MIRA y ROBOT, como pudimos ver en el capítulo anterior en el que he analizado las formas de colaboración, patrocinio y *partners*, por supuesto, también cuentan con *media partners*, aunque más enfocados a la cultura popular en relación a la moda, diseño, música y últimas tendencias en general. En este sentido, no debemos considerarlos medios especializados, como por ejemplo sí lo son Resident Advisor o Clot, sino medios más enfocados a la cultura popular y más cercanos al *blogging* desde el enfoque del usuario apasionado o *fan*, más distanciados no tanto de la crítica o el periodismo especializado, sobre todo en términos de la profundidad y rigor del contenido.

A continuación, como última sección del capítulo, tras caracterizar, describir y analizar las diferentes estrategias y acciones que configuran las campañas de comunicación de los EMDAF, voy a analizar de qué manera impactan e influyen en los ritmos de trabajo de los profesionales que configuran el núcleo-motriz de estos festivales.

7.6. El impacto de la comunicación en los ritmos de trabajo del núcleo-motriz.

Como hemos podido comprobar en las secciones anteriores dedicadas a explorar y analizar las formas en las que comunican los EMDAF, en términos generales, podemos concluir que el principal propósito del área de comunicación de un festival es promocionar

y justificar la identidad del festival, con el objetivo final de consolidar la actividad profesional y económica de la organización, principalmente, a través de la venta de entradas para sus eventos y actividades. A lo largo de este capítulo, hemos visto las cuatro vías y herramientas principales de comunicación de los EMDAF: las páginas webs, las redes sociales, las *newsletters*, y la colaboración y presencia en medios especializados: ¿Qué impacto tienen estas acciones en los ritmos de trabajo y el calendario laboral del equipo de personas impulsoras del festival?

La dimensión comunicativa juega un papel fundamental en la elaboración del diseño conceptual de esta investigación, ya que es un área de trabajo que, por su naturaleza constante y repartida a lo largo del año, justifica de forma clara por qué debemos profundizar y expandir la concepción de los EMDAF como estructuras organizacionales estables y no solo y únicamente como eventos efímeros de corta duración.

Siguiendo el orden desarrollado a lo largo de este capítulo, si analizamos el calendario de trabajo del área de comunicación, nos encontramos que, en la mayoría de los casos, los festivales comienzan a trabajar con entre 10 y 8 meses de antelación con respecto a la fecha del evento-vitrina:

Una vez que tenemos la imagen de la edición, empezamos a generar contenidos e implementarla. [...] Pues depende, muchas veces tenemos la imagen clara desde el año anterior y buscamos darle como una continuidad a la edición presente. Aunque cambie en apariencia, sigue una línea conceptual. De hecho, muchas veces, durante un año generamos varias líneas gráficas así en modo borrador que a veces recuperamos en los años siguientes. Pero otros años empezamos de cero, normalmente al acabar el festival, en diciembre o enero, aunque también a veces en un mismo año se preparan dos imágenes, también para el año siguiente, depende mucho, no tenemos un protocolo claro al respecto. [...] Normalmente lo primero que tocamos es la página web, y después los contenidos para RRSS. Pero tampoco son compartimentos estancos, depende también de la planificación de la campaña y de cómo se vayan a ir publicando los contenidos. También se genera la plantilla para la newsletter. Básicamente es ir generando un elemento gráfico para cada momento con diferentes necesidades técnicas, por lo que hacemos muchas adaptaciones de cada imagen. Para canal tiene sus especificidades por lo que intentamos optimizar cada imagen a cada cosa. Al principio es un poco más fácil y

poco a poco se va complicando. [...] Un punto importante es cuando empezamos a preparar todo el contenido de la programación en la web.

(I.MI.A.2)

Durante las ediciones de 2022, 2023 y 2024 he analizado los ritmos comunicacionales del festival catalán MIRA —cuyo evento-vitrina se celebra el segundo fin de semana de noviembre—, tal y como sigue:

- Durante las últimas ediciones, el festival MIRA anuncia las fechas del evento-vitrina presentando la nueva imagen gráfica del festival, normalmente acompañadas con la apertura de la venta de entradas a precio rebajado, con casi 6 meses de antelación. En 2024, el festival ha anunciado las fechas del evento-vitrina a mitad de abril; en 2023, a primeros de junio; y en 2022, a mediados de julio. Con el anuncio de las fechas, normalmente salen las primeras entradas en formato abono a la venta a un precio reducido y hasta fin de existencias —normalmente se pone a la venta entre un 10% y un 20% del aforo total del evento—.
- Tras la presentación de la nueva imagen y campaña gráfica con una antelación de entre 6 y 8 meses con respecto al evento-vitrina, normalmente acompañada con el lanzamiento de los abonos en formato “*early bird*”, se anuncian los primeros artistas, generalmente, entre un 40% y 60% de la programación total. En el caso del festival catalán, esta acción suele planificarse en torno a 3 ó 4 meses —durante el mes de julio en el caso del festival catalán— antes de que se celebre el evento-vitrina. Justo en este momento dejan de estar disponibles —si no se han agotado antes— los abonos a precio reducido y entran a la venta la primera fase de abonos, además de normalmente, las entradas para días sueltos.
- A primeros de septiembre, se anuncia la programación completa una nueva subida de precios en los abonos y entradas.

Con respecto al reparto del trabajo y la planificación de acciones, sucede lo siguiente:

La verdad es que no siempre nos organizamos igual, aunque lo normal es que corremos un par de semanas a full para arrancar con la comu. Ahí definimos la imagen de la edición, pero también planificamos y calendarizamos todas las acciones principales. Las fechas clave, por ejemplo, anuncio de fechas, ventas de entradas, subida de precios, primeros artistas, cartel completo y todo eso. [...] En fase de arranque si es verdad que son dos o tres semanas bastante a tope. [...] Si lanzamos fechas e imagen entre abril y mayo, lo normal es que nos pongamos con ello en febrero como mucho. Comenzamos a trabajar y vamos revisando los avances con el equipo de dirección. Una vez hemos cuadrado la imagen, empezamos a elaborar los contenidos y cada una de las adaptaciones para cada canal y pautar las acciones.

(I.MI.A.2)

Durante las ediciones de 2022, 2023 y 2024 he analizado los ritmos comunicacionales del festival ROBOT —cuyo evento-vitrina se celebra el segundo fin de semana de octubre—, tal y como sigue:

- Durante las últimas ediciones, el festival ROBOT anuncia las fechas del evento-vitrina presentando la nueva imagen gráfica del festival, normalmente acompañadas con la apertura de la venta de entradas a precio rebajado, con casi 6 meses de antelación, excepto esta última edición. En 2024, el festival ha anunciado las fechas del evento-vitrina a primeros de enero de 2024; en 2023, a primeros de junio; y en 2022, a finales de junio. Con el anuncio de las fechas, normalmente salen las primeras entradas en formato abono a la venta a un precio reducido y hasta fin de existencias —normalmente se pone a la venta entre un 10% y un 20% del aforo total del evento—.
- Tras la presentación de la nueva imagen visual y campaña gráfica, normalmente acompañada con el lanzamiento de los abonos “early bird”, en torno a 2-3 meses antes de que se celebre el evento-vitrina, se anuncian los primeros nombres, generalmente, entre un 40% y 60% de la programación total. Justo en este momento dejan de estar disponibles —si no se han agotado antes— los abonos a precio reducido y entran a la venta la primera fase de abonos, además de normalmente, las entradas para días sueltos.

- A primeros o mediados de septiembre, se anuncia la programación completa una nueva subida de precios en los abonos y entradas.

Bueno, está muy bien porque ellos son muy minuciosos con la comunicación. Son muy importantes los tonos, usar una palabra en lugar de otra, por ejemplo. Normalmente arrancamos con bastante tiempo, a principios de año, febrero o marzo como mucho. Aquí hacemos las primeras reuniones con la dirección artística y Toni, recogemos las necesidades y expectativas de la edición y nos ponemos en marcha para generar la imagen y la línea editorial de ese año. [...] Sí, diseño gráfico sobre todo. Cuando tenemos la imagen clara y la identidad, empezamos a planificar la creación de contenido, las acciones de la campaña y la elaboración de esos contenidos, las plantillas, adaptaciones a cada uno de los canales de comunicación y todo eso.

(I.RO.E.2)

En conclusión, las campañas de comunicación de los EMDAF son una pieza fundamental, ya que debido a su naturaleza independiente y su necesidad de comercializar servicios y sobre todo vender entradas para sus eventos-vitrina, los EMDAF necesitan de múltiples herramientas de comunicación, textos, discursos e imágenes atractivas para consolidar con éxito su actividad profesional y económica. Según hemos comprobado a lo largo de este capítulo, las exigencias del área de comunicación de los EMDAF pasan por varios niveles, tanto en diseño y elaboración de contenido, como en planificación de las acciones concretas de promoción y marketing, como la redacción de textos y discursos, o gestión de los propios canales de comunicación —redes sociales, email, etc. Estas acciones, si bien se intensifican durante los últimos 45 días o dos meses previos al gran evento-vitrina, a partir del anuncio de la programación completa, se reparten de forma expandida a lo largo de todo el año, por lo general, comenzando entre 8 y 6 meses antes de cada edición. Tras un trabajo intenso de varias semanas de naturaleza interna, una vez que a dirección artística del festival da el visto bueno a las líneas editoriales y visuales propuestas por el área de diseño gráfico y comunicación, se van elaborando todos los materiales gráficos, textos y contenidos que irán haciéndose públicos según la planificación prevista.

Por lo tanto, de forma similar a las exigencias de la vida institucional y organizativa analizadas en el capítulo anterior, en este hemos explorado cómo comunican los EMDAF y en qué manera dichas acciones repercuten en los ritmos de trabajo y calendarios profesionales de las personas responsables de la organización.

CONCLUSIONES

En este capítulo he justificado la necesidad de integrar los discursos, los textos, las narrativas y las imágenes que los festivales ejecutan a lo largo de todo año a través de sus planes comunicacionales, en el *festivalscape* de un determinado festival.

La identidad visual corporativa es un elemento fundamental del *festivalscape* de cualquier festival de música electrónica y artes digitales, al mismo nivel que pueden ser los contenidos, los espacios, los formatos y los servicios ofrecidos durante el evento-vitrina. Aquello que conocemos como *la comunicación* de un EMDAF, entendido no solo como evento sino como una estructura organizacional permanente y activa a lo largo del año, funciona como vía de transmisión y justificación de la identidad y la autenticidad de un determinado festival. Es decir, la comunicación de un EMDAF es la vía por la que dicho festival justifica ante su público que es una experiencia única y memorable, introduciendo, acompañando y complementando al propio evento-vitrina, a través de textos, discursos, imágenes, y elementos gráficos. De hecho, para una persona que aún no conoce un determinado festival de forma presencial, será a través de sus elementos comunicacionales —redes sociales, documentación audiovisual en la página web, reseñas en prensa digital o medios especialización—, la principal forma para conocerlo.

En este capítulo he analizado las cuatro áreas de trabajo principales que desarrollan los EMDAF en materia de comunicación —las webs, las redes sociales, el email marketing y las *newsletters*, y los medios especializados—. He explicado por qué debemos integrar estos canales y acciones como actores activos en la configuración del *festivalscape* de un EMDAF, no solo entendidos como eventos-vitrina celebrados en un fin de semana,

sino como estructuras organizaciones permanentes que articulan unos textos, discursos, narrativas e imágenes de forma estable.

Cada vez más interactivas, atractivas y *responsive*, las páginas webs funcionan como base operacional desde donde se coordinan todos los canales de comunicación específicos, desde la presentación de la programación, horarios, espacios, servicios y otras informaciones clave sobre el evento-vitrina, sección de noticias, archivo, *hub* de material fotográfico y textual para prensa, suscripción a *newsletter*, tienda de *merchandising*, etc. Cada web articula una identidad visual corporativa diferente, hay festivales más sutiles y minimalistas como Semibreve, que mantienen una línea editorial similar todos los años, y otros más maximalistas y arriesgados como MIRA, que generan una imagen completamente diferente edición tras edición. Sin embargo, todas las páginas tienen en común la expresión escrita, la narración y articulación de textos como elemento configurador clave, así como contenidos fotográficos y audiovisuales que ayudan a complementar la línea editorial y el estilo identitario del festival. Por último, una función fundamental de las páginas webs, además de la venta de entradas e informaciones múltiples en relación al propio festival y su gran evento-vitrina, es que funcionan como gran *hub* y plataforma de todos los agentes y actores vinculados al festival, desde artistas a profesionales y *stakeholders*, *partners*, etc.

De forma similar, las redes sociales son fundamentales para cultivar una relación positiva y generadora de *engagement* entre el público y los festivales, sirviendo de portales ideales para crear amplias comunidades de seguidores a partir de una oferta de contenido atractivo. Además, las redes sociales sirven como canales fundamentales en la promoción y publicidad de los eventos-vitrina de los EMDAF, sirviendo de herramientas principales en las estrategias de marketing enfocadas a la comercialización de entradas para los eventos-vitrina de los EMDAF. Gracias a la facilidad de uso y la optimización de las herramientas —por ejemplo, targetización de públicos— de las principales redes sociales —en concreto Meta Business Suite—, muchos EMDAF pueden gestionar de forma autónoma sus redes sociales y buena parte de la publicidad pagada para promocionar la venta de entradas para sus eventos.

Las *newsletters* o boletines informativos —y el resto de herramientas de automatización del *email marketing*—, basados en la tecnología email y de esencia narrativa, son el principal canal de comunicación escrita, formal y directa entre los festivales y su público. A pesar de que el *email marketing* y las *newsletters* no son una estrategia central en la captación de nuevo público para los EMDAF, el tono directo y personalizado, la posibilidad de redactar creativamente los contenidos —añadiendo múltiples hipervínculos y botones CTA—, los envíos continuados a lo largo del año —a menudo con varios envíos al mes—, así como sus potenciales herramientas de automatización, son hoy en día, para la mayoría de EMDAF, una estrategia clave para la conversión y fidelización del público objetivo.

Por último, otro canal de comunicación principal de los EMDAF, fundamental a la hora de articular discursos y narrativas hacia la comunidad de fans y seguidores de las escenas de la música electrónica y la cultura digital, son los medios especializados, en su mayoría digitales, tales como plataformas y portales web, como por ejemplo los mundialmente conocidos Resident Advisor o Pitchfork. Los EMDAF, normalmente, suelen contar con uno o dos medios especializados como *media partners*. Estos medios, que suelen ser plataformas editoriales y productoras de contenidos con carácter digital mayoritariamente, a su vez cubren de forma presencial el evento-vitrina con varias reseñas o entrevistas en profundidad.

En la última sección del capítulo, he explicado en qué manera, todas estas acciones comunicativas generan unas exigencias y condiciones laborales específicas, sobre todo en términos de calendario y planificación de la actividad profesional del equipo-motriz de dichos festivales. Aunque cada festival responde a unas especificidades únicas, se puede concluir que los responsables de comunicación de dichos EMDAF comienzan a trabajar en la línea editorial o visual de la próxima edición con entre 8 y 6 meses de antelación.

Si bien es verdad que hay muchos tipos de festivales que funcionan prácticamente al servicio de sus eventos-vitrina y no cultivan un sistema relacional y comunitario con su público a lo largo del todo el año a través de un plan comunicacional vivo, los EMDAF sí que lo hacen. Los EMDAF europeos, por su identidad, sus valores y su labor como organizaciones activas en la producción cultural y la creación artística en los campos de

la música electrónica y las artes digitales, ejecutan, gestionan y administran un complejo sistema comunicacional, basado en discursos, textos, imágenes y materiales audiovisuales, a través de unos canales muy concretos: sus propias páginas web, sus redes sociales, sus bases de datos y envíos de *newsletters*, así como colaboraciones estratégicas con medios especializados en el sector.

Para comprender el papel de los EMDAF en nuestras sociedades, y más concretamente en los sectores creativos y artísticos, es necesario analizarlos a nivel organizativo y comprender en profundidad sus *festivalscapes*; y para ello, es fundamental analizar en qué manera la forma de comunicar de estos festivales articula la configuración —y percepción por parte del público— de dicho *festivalscape*. Por tanto, aquello que conocemos como *la comunicación* de un EMDAF, funciona como sistema de transmisión y justificación —de forma viva y continuada durante todo el año— de la identidad y la autenticidad de dicho festival. Es decir, *la comunicación* —o el plan comunicacional— de un EMDAF es el conjunto de herramientas comunicativas por el cual un EMDAF transmite a su público —y la sociedad— su identidad y razón de ser, su misión y sus valores como organización dedicada a la promoción y producción cultural en el campo de la música electrónica y las artes digitales.

CAPÍTULO 8

LA DIMENSIÓN INSTRUMENTAL: FESTIVALES COMO EVENTOS-MOTORES Y EVENTOS CONFIGURADORES DE CAMPO.

Uno de los seis aspectos de la herramienta analítica de Anand y Peterson (2004) tiene que ver con las carreras profesionales de las personas que ponen en práctica un objeto cultural en cuestión. Si aplicamos la herramienta de las seis facetas de la producción cultural a los festivales de artes como formato cultural dinámico y situado, a un festival concreto, debemos analizar cómo son los perfiles profesionales de los agentes que ponen en práctica dicho festival y a su vez cómo afecta el propio festival a sus carreras profesionales. Por ejemplo, Silvia Tarassi (2017) investigó hace algunos años justamente las dinámicas en las carreras profesionales de los agentes y actores de las escenas musicales en Milán, poniendo el foco en las dinámicas laborales precarias basadas en el “*multi-tasking*” y el “*making a living*”, donde los horarios abusivos y la inestabilidad laboral eran a menudo protagonistas en la vida de promotores de conciertos, *managers* o artistas. Sin embargo, a pesar de la naturaleza exigente y a menudo precaria de los festivales de artes o las escenas musicales, se ha investigado su poder y valor instrumental —también su valor intrínseco, social y cultural— en la manera en que posibilitan impulsar carreras profesionales de artistas y agentes emergentes, pudiendo o no estimular la configuración de escenas e infraestructuras —humanas y materiales— en torno a un sistema de contenidos, estéticas y formatos más o menos comunes en el campo musical y audiovisual (Straw, 1991; Bennett & Peterson, 2004; Dowd, 2014; Magaudda, 2020). También, en algunos casos, incluso consolidan progresivamente un tejido profesional en torno a dicho campo cultural, configurando así un sector donde quizá

aún no se había desarrollado (Colombo, 2017; Colombo & Richards, 2017; Fisker et al., 2019; Jarman, 2018, 2021; Richard & Jarman, 2021).

En este capítulo abordo la cuarta pregunta de investigación de este trabajo: ¿en qué manera este tipo de festivales pueden estimular la consolidación de escenas o incluso la configuración de un sector donde aún no se había desarrollado? Para afrontar dicha cuestión, he analizado la dimensión instrumental de los casos de estudio desde un enfoque micro y macro, considerando el impacto que el festival tiene en las carreras de las personas que conforman la estructura organizativa interna o núcleo motriz; y por otro lado, considerando el impacto del festival hacia fuera, en relación con otros festivales, entidades y organizaciones, a nivel de sector o campo organizacional (DiMaggio, 1983; DiMaggio & Powell, 1991; Fligstein & McAdam, 2011; 2012; Scott, 1991; 1995; 2001).

Es importante clarificar que, aunque los conceptos clave de este capítulo como *event-configuring field*, señala una perspectiva que pone en relieve el valor material, instrumental y económico; también son esenciales los conceptos de “escena”, que afronta una clara dimensión simbólica y cultural en torno a la creación de redes de colaboración y de colectivos, como procesos sociales para la configuración del tejido profesional y consolidación del sector.

En este sentido, podemos hablar de una posición flexible y no dualista, entre el valor intrínseco, simbólico y lo instrumental —más enmarcado en términos puramente materiales y económicos. Aunque es difícil cuantificar con herramientas, instrumentación o lenguaje económico el valor cultural, simbólico e intrínseco de la producción cultural, los métodos de cuantificación no se limitan únicamente al campo económico. Tal y como proponen Behr et al., (2016, p.408), «en lugar de intentar cuantificar el valor intrínseco, puede ser más fructífero tratar de comprender cómo lo perciben los distintos actores; en otras palabras, cómo la gente tiene percepciones y creencias sobre el valor intrínseco de la música» y de la producción cultural en general. Dicho de otra manera, «tiene sentido alejarse del análisis del valor como un fin en sí mismo y acercarse a un análisis de cómo las personas atribuyen valor, dejando de lado el sustantivo "valor" y centrándose en el acto de valorar» (Behr et al., 2016: 408)

Con la perspectiva de la producción cultural y el concepto de *event-configuring field* como telón de fondo, a continuación, expongo cómo impactan este tipo de festivales en las carreras profesionales de los propios organizadores y el staff interno; y cómo estimulan en menor y mayor medida la configuración de escenas o incluso la consolidación de un tejido profesional y empresarial en un determinado sector.

8.1. El impacto en las carreras profesionales del núcleo motriz y el voluntariado.

Tras un extenso primer capítulo de caracterización y análisis de la dimensión estética, situada y material de los EMDAF, en el segundo capítulo de fundamentación empírica de esta tesis doctoral describo y analizo en profundidad la dimensión organizativa y estructural de los tres festivales estudiados como casos de estudio. He presentado la noción de núcleo-motriz como forma estructural clave en la naturaleza organizativa de los EMDAF analizados. El núcleo-motriz de cualquier entidad, cualquier proyecto u organización, es esa persona clave o, normalmente, ese pequeño grupo de personas clave, fundamentales para que todo el resto funcione; el componente central, principal y esencial de dicho proyecto, entidad u organización. Por otro lado, en el primer capítulo también abordé una parte clave de muchos festivales, el voluntariado. A continuación, describo y analizo en qué manera, el hecho de ser miembro del núcleo-motriz de un festival de música electrónica y artes digitales, influye en las carreras profesionales de dichos organizadores.

Como expliqué en capítulo quinto de esta disertación, la mayoría de las personas que forman parte del núcleo motriz, normalmente enmarcadas en las áreas de dirección —tanto general como artística—, producción y comunicación, trabajan, al menos a tiempo parcial, prácticamente todo el año para el festival³². En este sentido, cabe señalar una importante asociación entre el perfil profesional de las personas que conforman el

³² Ver y ampliar estos argumentos en el punto “5.6. Los ritmos de trabajo”.

núcleo-motriz de un festival, y el resto de labores o perfiles profesionales que puedan desarrollar.

También resulta reseñable, que a pesar de que podemos encontrar habitualmente perfiles profesionales muy diversos entre los núcleos organizativos de este tipo de festivales —sobre todo en el campo empresarial, turismo, publicidad, comunicación, ingenierías y/o estudios de medios o tecnológicos—, la gran mayoría de personas tiene una estrecha relación con el campo de la música —electrónica o experimental en su mayor parte—, o de las audiovisuales. En otras palabras, la mayoría de personas que configuran los comúnmente llamados equipos directivos o promotores de festivales de música electrónica y artes digitales, son agentes más o menos reconocidos, activos y estratégicos en la escena artística local, sobre todo a nivel musical y audiovisual —pero también en el campo del periodismo especializado o la comunicación digital. Esto es algo que coincide en los tres casos de estudio analizados y que se materializa a menudo en el creciente número de encargos de comisariado y consultoría de contenidos que estas personas reciben desde otras entidades externas —a menudo administraciones públicas o fundaciones—, en el campo de la música electrónica o artes digitales, normalmente, gracias al impacto y posicionamiento profesional generado a partir del propio festival:

No es nuestro trabajo principal porque sería muy sacrificado. Pero es verdad que gracias al festival sí que hemos podido lanzar servicios y una actividad empresarial, más enfocada al mercado, que está funcionando bien y que equilibra un poco con el propio festival, que muchas veces es realmente a lucro 0 y con honorarios realmente básicos. [...] También están funcionando muy bien las comisiones o encargos, para cosas privadas, fundaciones, hoteles, bancos, cadenas de moda, congresos gordos y eso, que es algo que sobre todo hemos visto más a menudo en estos últimos dos o tres años, aunque ya antes de la pandemia también.

(I.MI.O.2)

En este sentido, el caso del festival Semibreve, que retomaré más adelante en la última sección de este capítulo para analizar su efecto como “evento-motor” y “evento configurador de campo” en la ciudad de Braga y zona norte de Portugal, es muy interesante:

En nuestro caso, aunque pueda sonar osado, creo que el impacto de Semibreve es muy relevante, porque Semibreve abraza todo el tejido en torno al arte contemporáneo, a las medias arts y por supuesto a la música experimental y electrónica. [...]. Semibreve vino a llenar un vacío. Gracias a Semibreve, Braga es galardonada como Ciudad Creativa de la UNESCO en Campo de las Media Arts. Y claro, esos procesos al final y cabo los llevamos a cabo personas, los que aquí estamos. Esta serie de éxito digamos, pues nos ha posicionado mucho a nivel laboral.

(I.SE.I.1)

Analizando el grupo de organizadores de Semibreve, el núcleo-motriz, solo dos personas se dedican al campo de la cultura contemporánea y las artes: su director general y coordinador o jefe de proyecto, y el director artístico. Ellos, a pesar de no ser profesionales a tiempo completo dedicados al festival, sí son profesionales de la cultura a tiempo completo, a diferencia del resto del equipo que trabajan en los sectores del turismo, administración o tecnología. Señalando el caso específico de Luis Fernandes, director artístico de Semibreve:

Claramente Braga era una ciudad antes de Semibreve, y después de Semibreve, iba siendo otra ciudad. Semibreve sirvió sobre todo para reflexionar sobre las propias políticas culturales de la ciudad. Y después también sirvió para nuestro propio trabajo, a nivel laboral y profesional. Tanto para el equipo de Semibreve en sí, porque nos ha dado un reconocimiento digamos. En mi caso, posteriormente para mi trabajo actual como director artístico en el centro gnration. Gracias a Semibreve a los éxitos cultivados (Capital Europea de la Cultura Joven, Braga Ciudad Creativa de la UNESCO en el campo de las Media Arts), la ciudad nos ha reconocido como profesionales de la cultura de un cierto valor estratégico.

(I.SE.L.1)

Sí, yo creo que el caso de Luis es el más evidente, aunque bueno, también buena parte del equipo hemos visto un poco reconocida nuestra carrera como profesionales de la cultura o artistas. Han coincidido muchas cosas, al fin y al cabo ha sido una década de "abundancia y éxitos", Semibreve cogió pronto un relieve y presencia

mediática incluso a nivel internacional, luego llegó la Capital de la Cultura Joven, luego Gnation, luego Braga Media Arts... y al fin y al cabo en todos estos hitos, Luis ha tenido un papel protagonista, que seguramente sin Semibreve hubiera sido diferente.

(I.SE.LR.2)

En otros casos como en el festival ROBOT de Bologna o el MIRA de Barcelona, parece que el festival también ha generado un impacto relativamente positivo en relación al posicionamiento o reconocimiento en las carreras y oportunidades profesionales de los organizadores. En el caso de MIRA, por ejemplo, esto se ha manifestado con una progresiva consideración y puesta en valor de la labor de los directivos y el equipo motriz como expertos en los campos de la música electrónica y las artes digitales:

Lo que sí notamos es un mayor interés o atracción por parte de instituciones, fundaciones o empresas privadas. No es que se nos hayan abierto muchas puertas a nivel laboral por el festival en sí, pero sí que el festival, que al fin y al cabo son personas, cuatro o cinco, es un referente para cuando una empresa, o una fundación quiere hacer algo potente en el campo de las artes digitales. Incluso algo lucrativo, una campaña de publicidad o un evento comercial. Esto sí lo hemos notado, recibir más encargos en este sentido. [...] También nos ha permitido lanzar varias actividades comerciales en nuestro campo, y hay una especie de garantía y background potente a las espaldas, porque más de 10 años de festival nos avalan.

(I.MI.O.1)

Lo bueno que tiene el festival es que indirectamente abre puertas pero depende un poco de ti. Puedes hacer muchos contactos porque el festival tiene muchos seguidores. Es algo bueno, no masivo como un macro-festival pero es más directo que otras organizaciones o instituciones culturales. Si te mola el programa de instalaciones de arte digital e investigas un poco descubres quién hay detrás. En ese sentido es bueno porque el festival te expone en cierta manera ante un público interesado, donde además hay mucho público profesional, que también tiene sus proyectos y organiza movidas, gente del sector. Es muy normal que después de cada edición salgan cosas para el año siguiente, que te inviten a una charla, que te propongan comisariar una expo, cosas así.

De forma similar a la experiencia y la percepción de los profesionales y organizadores del festival MIRA de Barcelona, la influencia del festival ROBOT en la proyección profesional de sus organizadores es importante y tiene un sentido positivo e instrumental, si bien con algunas particularidades. Al igual que en el caso catalán y a diferencia del caso portugués, ROBOT tampoco ha consolidado puestos y carreras laborales estables, al menos por cuenta ajena. Sin embargo, los principales actores del núcleo-motriz del festival, trabajan como profesionales de la producción cultural —por cuenta propia—, dedicando más de la mitad del año al evento-vitrina ROBOT y otros eventos y actividades ROBOT, como las “ROBOT Nights”, “ROBOT Presents”, el reciente “Gemini”, o encargos de programación, consultoría, contratación o comisariado para otros festivales, certámenes o eventos en la ciudad, tanto privados como institucionales. En este sentido, si bien las demandas en cuanto a estabilidad laboral y profesional de los organizadores de ROBOT u otros profesionales de la cultura en situaciones similares, no están siendo acogidas como desearían los organizadores desearían, la trayectoria y la marca del festival ha generado un impacto positivo y un posicionamiento constructivo de cara a nuevas oportunidades en el sector de la cultura contemporánea y la comunicación, tanto a nivel local como internacional:

Nosotros siempre hemos sido una asociación cultural y lo seguimos siendo, una asociación con actividad comercial que organiza un festival que se llama ROBOT. [...] Como decía antes, ROBOT Festival es el gran evento, nos posiciona, es lo que más resuena. Es algo consolidado y creo que en todos los niveles, la situación laboral y profesional es correcta. El festival muchas veces sale a cero, el balance de las cuentas no es particularmente positivo. Te gastas un cuarto de millón de euros y quedan menos de 10 000 euros para arrancar la próxima actividad tras trabajar como locos durante seis meses... y claro. Bueno, está bien, pero no es la gloria. Es un porcentaje de beneficio útil muy bajo. Pero es que gracias a ROBOT, hacemos actividades todos los meses que nos dejan casi esa misma cantidad, con menos trabajo y de forma más eficiente. [...] En ese sentido pues ROBOT nos permite expandirnos y consolidarnos como profesionales, con cierta estabilidad laboral porque tenemos un proyecto muy fuerte como ROBOT que avala nuestra actividad y calidad. [...] Eso sí, seguimos siendo independientes. Yo tengo mi

empresa. No hemos conseguido que por ejemplo el Ayuntamiento de Bologna confíe en nosotros como comité asesor cultural, como cualquier entidad más al servicio de la ciudad, como funcionarios de la cultura. Quizá queda mucho para eso aún.

(I.RO.A.2)

Analizando estas experiencias y percepciones de los organizadores de los festivales Semibreve y MIRA, podemos concluir que en el festival portugués el impacto a nivel laboral y profesional ha sido más directo y se ha materializado en puestos de trabajo estables en el sector cultural de la ciudad. Sin embargo, en los festivales MIRA y ROBOT, si bien el festival ha impulsado las carreras profesionales de los organizadores a nivel de posicionamiento y referencia en el sector, los modelos de emprendimiento han sido por cuenta propia —en forma de cooperativas, asociaciones, sociedades y autónomos por cuenta propia— y con un carácter un poco más inestable.

Bueno, ese sería un poco nuestro sueño. Es verdad que es los últimos años hemos conseguido un gran reconocimiento también en términos institucionales. Tenemos dos ayudas importantes a nivel regional y nacional. El Fondo Único para el Espectáculo ofrece es un reconocimiento muy importante al que no suelen aspirar festivales de música electrónica, artes digitales y cultura digital experimental. Además, es una ayuda que funciona por trienios, lo que nos permite planificar más a medio plazo con algo más de estrategia. [...] No nos podemos quejar porque seguimos, después de 20 años, trabajando en esto como productores culturales. Pero no hemos aún conseguido ser funcionarios de la cultura como nos hubiera gustado, ser el personal de la administración pública que guía y orienta en estos campos culturales. [...] Claro, nosotros que nos dedicamos a esto desde hace veinte años sabemos cómo funciona. Y también conocemos a veces lo mal que funcionan la producción cultural institucional. Entonces parece el plan perfecto, que gente como nosotros pueda estar ahí. [...] No lo hemos conseguido, aunque un día quizá llegue.

(I.RO.F.G.1)

Sin embargo, por otro lado, también hay otro grupo de personas que participan en los festivales de música electrónica y artes digitales, de vital importancia para el desarrollo exitoso de la mayoría de festivales, que ven afectadas sus posibilidades y oportunidades profesionales gracias a este tipo de participación colaborativa. El voluntariado es fundamental en muchos festivales europeos para llevar a cabo tareas específicas, normalmente más bien secundarias, durante el desarrollo del evento-vitrina de un determinado festival.

Para mí fue fundamental. Yo empecé con Francesco como voluntaria, ayudante de ayudante de producción. Bueno, tengo que decir que me gusta mucho esto. Me gusta la producción, planificar, tomar decisiones, coordinar y gestionar equipos. Y luego me gusta la energía, esa adrenalina que te da la producción. Pues ese primer año, aunque no era mi papel, al final estuve coordinando los voluntarios. A mitad del festival me dijo Francesco que el año que viene me quería de auxiliar de producción, no de voluntaria. Y así empezó todo en realidad. He trabajado muchos años a full con ROBOT, como jefa de producción de alguno de los espacios, coordinadora de voluntariado, muchas cosas. Eso me ha llevado a confiar en mí misma, sobre todo, porque no sabía que era capaz de tanto. ROBOT es un festival importante en Italia, estar aquí de jefe de producción pues tiene un cierto reconocimiento. Y eso me ha permitido trabajar en otros festivales, ferias de arte, congresos y cosas así. Eventos de arte y cultura en general, sobre todo en producción.

(I.RO.V.1)

Bueno, hay que ser realistas también. Nosotros normalmente contamos, dependiendo de la edición, con al menos 30, 40 o incluso más de 50 voluntarios. Algún año hemos tenido más de 60 también. Este año somos 47. Hay mucha gente que se apunta de voluntaria porque no le importa ayudar pero sobre todo porque recibe un abono, una camiseta y demás a cambio. Realmente no quiere dedicarse a producir festivales o eventos musicales. Eso es algo que se nota desde el minuto uno. Hay gente viva y que vale para producir y otra que no. Pero normalmente siempre hay dos, tres, cuatro personas que repiten, y muchas acaban trabajando en el festival, y además consolidan su carrera como profesionales de la cultura.

(I.RO.FE.1)

El impacto de los festivales de música electrónica y artes digitales en el área humana del voluntariado lo podemos dividir en los grandes grupos: por un lado, encontramos que, a un grupo reducido de personas voluntarias proactivas, a menudo con experiencia en el sector, afecta de forma positiva, ya que el propio festival ofrece a menudo oportunidades laborales para la próxima edición y otros eventos producidos por la propia organización. Parece que esta situación suele venir acompañada de un creciente interés en materia de producción cultural y eventos de artes y música en directo por parte del voluntariado. En este sentido, es habitual que o bien los voluntarios y voluntarias tengan ya algo de experiencia en producción de eventos y festivales, o busquen otras oportunidades laborales o incluso una carrera de emprendimiento profesional a raíz de la experiencia vivida en el festival en cuestión. Es decir, hay que contemplar que festivales como ROBOT impulsan las carreras profesionales, o bien de forma directa —con empleo estacional en el propio festival—, de una mínima parte del voluntariado participante.

Por otro lado, tenemos un gran grupo de voluntarios y voluntarias, la gran mayoría, que a pesar de describir la experiencia de voluntariado como positiva y enriquecedora en términos generales, no se plantean dedicarse al sector, o si quiera repetir la experiencia en los próximos años.

En términos cuantitativos, analizando las ediciones de 2022 y 2023 del festival ROBOT, he contabilizado que de una media de 50 personas voluntarias en el evento-vitrina del festival:

- Para el 70% de las personas voluntarias es su primera experiencia trabajando como equipo de voluntariado en ROBOT.
- Para el 10% de las personas voluntarias es su segunda experiencia trabajando como equipo de voluntariado en ROBOT.
- Para el 10% de las personas voluntarias es un hábito frecuente y han participado en más de dos ocasiones como equipo de voluntariado en ROBOT.
- El 10% de las personas voluntarias creen que en la próxima edición tendrán una oportunidad de trabajar en el equipo de producción del festival, o bien han comenzado a trabajar en 2023, habiendo participado como voluntario o voluntaria en la edición 2022.

En resumen, hemos analizado de forma combinada y comparada, a través de los casos de estudios, de qué manera afectan a nivel profesional y laboral la actividad organizativa de los EMDAF, teniendo en cuenta no solo el momento pico del año —el evento-vitrina de corta duración— sino también el resto de actividad desarrollada a lo largo del año —sobre todo de cara al núcleo-motriz—. A continuación, análisis de forma más amplia, en términos de externalización y relaciones organizativas e institucionales, cómo influyen los EMDAF en el posicionamiento laboral y profesional de las personas implicadas.

8.2. Redes, escenas y formas de colaboración.

Otro aspecto importante sobre la dimensión instrumental de los festivales de música electrónica y artes digitales tiene que ver con la manera en la que estimulan formas de colaboración y asociación con otras entidades del sector, por ejemplo, para la coproducción e impulso de nuevas creaciones y producciones artísticas, nuevas redes de colaboración, promoción y representación entre festivales, público, artistas y otras organizaciones del campo, o para la creación y lanzamiento de nuevos proyectos o programaciones específicas, a menudo de relevancia internacional. Es decir, tal y como vimos en el capítulo dedicado a la dimensión económica de los EMDAF, la dimensión instrumental de estos festivales tiene que ver como el ecosistema de relaciones institucionales y con las formas en las que un EMDAF, entendido como organización, convive en un sistema de vida institucional, en relación con otras organizaciones y entidades, tanto de su sector específico como de otros sectores próximos (ver DiMaggio & Powell; Fligstein & McAdam, 2019; 1983; Scott, 1985).

Los festivales cultivan unas relaciones organizativas, institucionales y públicas con múltiples agentes —instituciones, patrocinadores y colaboradores, etc.—, para afrontar diferentes formas de financiación, además de los patrocinios. Pero, además, también son muy importantes las redes y formas de colaboración con otros festivales y organizaciones similares dedicadas a la producción cultural. Algunas de las formas de colaboración más habituales consisten en la participación de los organizadores y directores de los festivales

en calidad de ponentes en la sección de charlas y conferencias de los festivales. Otras veces son invitados como parte del jurado o comisariado artístico, tanto para selección de algún artista o proyecto, o para cuando se celebra algún premio o concurso. También hay casos de coproducción, en la que, por ejemplo, un festival o red de festivales impulsan un proyecto nuevo con un artista o colectivo de artistas, de obras o proyectos concretos, sobre todo de cara a los estrenos de dicha obra o espectáculo. Por último, se pueden encontrar otras formas de asociación, colaboración y participación más colectivas, normalmente con un gran número de agentes implicados y de diferente naturaleza —festivales, organizaciones de mediación cultural y comisariado, centros de producción cultural y creación artística, artistas, representantes, *bookers* y otros agentes del sector, etc.—, a través de la creación de redes y plataformas para la dinamización y consolidación del sector.

A nivel de asociación o colaboración estrecha entre dos festivales —o también un festival y un centro de ciencia, arte y tecnología—, es habitual que festivales como Semibreve, aúnen fuerzas con otros festivales cercanos —como por ejemplo el festival L.E.V. de Gijón—, colaborando y participando en el comisariado y producción de una obra o proyecto artístico específico. Normalmente, en este tipo de casos, el festival que más participa en términos de financiación suele quedarse con el estreno de dicha pieza o proyecto. Esto, que habitualmente conocemos por coproducción —normalmente en términos de “Co-Produced by”—, suele acompañarse por múltiples formas de colaboración, compañerismo y participación entre iguales:

A ver es que al fin y al cabo es un campo muy pequeño. No deja de ser algo experimental y un poco underground, y la gente que nos dedicamos a organizar este tipo de festivales somos pocos. En Europa nos conocemos muchos de nosotros. Es verdad que depende de si participas en proyectos europeos, porque eso ayuda mucho por ejemplo. Pero bueno, como usuario y director de Semibreve he ido a casi todos los festivales de música experimental y arte digital de Europa. Y claro, hacemos contactos y poco a poco conoces a la gente. [...] Nosotros tenemos amistad con muchos de los organizadores. [...] Sí, a veces co-producimos algún proyecto concreto, pero no es tan frecuente. [...] Normalmente participamos por ejemplo con invitación a una charla o ponencia, o como jurado de los premios que damos. [...] Lo que más hacemos es visitarnos durante el festival. Yo voy al tuyo y

tú vienes al mío. Es una muestra de apoyo y cariño en el sector. [...] Ahora estamos un poco más enfocados en la participación con un proyecto europeo con otros festivales y plataformas culturales de relieve internacional y ponemos los esfuerzos ahí, con el grupo de partners del proyecto, que son, creo que 8 en total.

(I.SE.L.R.2)

Como señala el director de Semibreve, otra forma de colaboración habitual pasa por la asistencia al festival amigo en calidad de ponente. Sin embargo, además de participar en charlas y ponencias, también existen colaboraciones directas en materia de comisariado y selección de artistas, o asesoría en materia de producción, como en el caso del festival MIRA y el MMMAD de Madrid.

Así cultivamos redes y esto hace que nos consideremos compañeros, compartamos dudas, artistas, no sé. Al fin y al cabo, somos pocos, tanto en la dirección y comisariado como en la parte artística. También compartimos ideas. Yo nunca lo he vivido como una competición, pero sí que hay gente que se pica. Por un lado es normal porque si tienes que vender entradas y no destaca tu festival con respecto a otro... pues todo el mundo coge un tren o un avión fácilmente y se va al otro. Pero creo que es más importante lo otro. Yo por ejemplo estoy aquí hoy por ellos, y la verdad que me siento muy bien cuidada. También estamos trabajando para colaborar a modo más de comisariado. Que ellos participen en una sección de arte digital de MIRA y nosotros asistamos un poco la parte de producción y montaje que tenemos más experiencia, sobre todo en formato domo y proyección a 360°. [...] Es como un intercambio, al fin y al cabo. Compartimos lo que mejor se nos da, colaboramos y todos salimos ganando.

(I.MI.A.2)

Por otro lado, otro aspecto importante en las formas de colaboración entre festivales y organizaciones afines pasa por la cesión de servicios y espacios para el desarrollo de actividades. Por ejemplo, en el caso del festival de MMMAD de Madrid, más enfocado en el arte digital —y menos en la música y las performances en directo—, que además no cuenta con sede fija como tal:

Es importante porque vamos asociando públicos y sumando reconocimiento al fin y al cabo. Por ejemplo, desarrollar actividades en sitios específicos como puede ser nuestra galería-estudio, o en galerías de relieve internacional como la Colección Solo, o espacios clave para la cultura a nivel nacional como la Fundación Telefónica o Roca Madrid Gallery, pues es fundamental. Además sería imposible, a pesar de que hacemos mucho trabajo en espacios públicos y en pantallas de centros comerciales o JCDecaux de calles importantes, es que no podríamos desarrollar el festival sin la participación de estas organizaciones, la verdad. Y es un intercambio porque ellos agradecen mucho estos contenidos más novedosos.

(I.MM.A.2)

Sin embargo, la forma de colaboración más habitual de los EMDAF es la participación en redes y plataformas junto a otros festivales de artes digitales, centros para la creación musical contemporánea o centros de ciencia, arte y tecnología. A menudo de gestión independiente y no gubernamental —si bien con apoyo institucional y financiación pública a través de subvenciones, principalmente a través del programa Europa Creativa—, estas redes, plataformas y proyectos están focalizados en la representación del sector, sobre todo en términos de difusión, promoción e impulso, tanto de la práctica artística, como de los oficios y perfiles profesionales —gestores, promotores, agencias de representación y medios especializados— en el campo musical, audiovisual y la creatividad digital.

En la mayoría de los casos, los festivales y organizaciones socias del proyecto, participan realizando programas de seguimiento y paquetes de trabajo sobre su actividad como organizaciones dedicadas a la producción cultural, a modo de monitoreo sobre los valores, retos y objetivos sobre los que se fundamenta la identidad de dicha red o proyecto. Otro hábito recurrente dentro de las formas de participación en estas redes y plataformas se basa en los encuentros entre los socios y otras organizaciones e instituciones próximas invitadas a dichos encuentros. Por ejemplo, a menudo, consiste en que los miembros de la red integren como parte de la programación de sus eventos o actividades principales —por ejemplo, en el bloque de charlas y conferencias del evento-vitrina de un determinado festival—, una mesa redonda para la presentación de

la red, plataforma o proyecto, invitando al socio gestor y coordinador, así como a otros miembros de dicha red.

Un ejemplo reciente de esta forma de colaboración entre festivales de música electrónica y artes digitales, y otras entidades y organizaciones afines, lo tenemos con el proyecto Re:Imagine Europe, en el que participa el festival Semibreve de Braga. En la edición de 2023, el festival portugués, programó una mesa redonda el sábado por la tarde para presentar y divulgar el proyecto, enmarcado en el programa Europa Creativa, con los directores y representantes de los festivales y organizaciones europeas Elevate Festival (Graz, Austria), Kontejner (Zagreb, Croacia) y Next Festival (Bratislava, Eslovaquia).

A nivel internacional, destaca por ejemplo la red ICAS (International Cities of Advanced Sound), una red global de organizaciones independientes y sin ánimo de lucro dedicadas al trabajo e innovación en torno a la cultura sonora, la música contemporánea y la práctica artística relacionada. ICAS cuenta con la participación de 35 festivales y organizaciones de entre 25 países diferentes. Dos de los festivales analizados en este proyecto de investigación forman parte de esta red: L.E.V. y Semibreve. Además de ICAS, de forma similar al proyecto Re:Imagine Europe, existen otras redes y plataformas clave para la promoción y consolidación del sector de la música contemporánea, lo audiovisual y la creatividad digital, como por ejemplo We Are Europe, EMAP o Shape Platform, de las que hablaré en la siguiente subsección de este capítulo.

Estas formas asociativas y colaborativas a través de la creación de redes y plataformas de representación para la promoción y el impulso de artistas, de los propios festivales y organizaciones, nos lleva a plantear en qué manera dichas redes se alinean a dos conceptos principales en este análisis: el concepto de escena (Straw, 1991; Bennett & Peterson, 2004) y el de *showcase festival* (ver Ahlers, 2021; Brzozowska & Galuszka, 2023; Galuszka, 2022; Everts et al., 2021).

Tal y como revisé en el segundo capítulo dedicado al marco teórico y al diseño conceptual de esta investigación, la noción de escena ha servido desde los años 90' como término-paraguas para englobar aquellos fenómenos de agregación cultural, principalmente en el campo musical, en los que gracias a una participación múltiple y

heterogénea de actores —artistas, público, espacios, organizaciones, infraestructuras, distribuidores, etc.—, se consolida —en cierta manera— un ecosistema o un mullido tejido creativo (Straw, 1991; Bennett & Peterson, 2004; Dowd, 2014; Magaudda, 2020). En este sentido, hay que señalar que los directores de todos los festivales analizados en esta investigación comparten una percepción del fenómeno de los EMDAF en Europa como una escena, como una especie de red heterogénea compuesta por múltiples actores que conviven en torno a la producción cultural y la práctica artística en torno a los sectores de la música y la creatividad digital. Además, destacan desde una perspectiva y experiencia positiva, la capacidad útil y necesaria que este tipo de festivales poseen para la configuración y estimulación de escenas, tanto a nivel local como europeo. A continuación, expongo las percepciones de los hacedores de esta escena —los propios directores y personas impulsoras de los EMDAF, a menudo parte de los equipos de gestión y dirección de centros para artes, ciencia y tecnología—, representada a partir de proyectos y redes europeas específicas bajo el paraguas de Europa Creativa:

Lo nuestro al final y al cabo son contenidos, formatos y experiencias experimentales, incipientes, emergentes. Eso, como sigue siendo un poco freak, nos ha permitido acercarnos a gente como MMMAD y otros festis de aquí, y con gente joven, nacional e internacional, que se dedican a hacer contenidos inmersivos y más emergentes sobre todo en términos de experiencia y formato. Y eso está generando una nueva escena y un nuevo formato. Nos está permitiendo redescubrir un tipo de formato diferente, algo que no solíamos hacer en los festivales así. Y los contenidos inmersivos se van a quedar, así es positivo porque por un lado ofrecemos un espacio para acoger a toda la escena de artistas emergentes y por otro podemos enfocar a esos artistas y contenidos a ofrecer contenidos, paquetizar piezas y servicios a cualquier lugar de Europa, y eso a nivel de mercado digamos es positivo.

(I.MI.O.1)

Yo creo que también está bien que todo sea más fragmentado e independiente. El cine es otra movida. Incluso la música pop y comercial. Lo nuestro es como lo último del sector, lo más friki y más experimental digamos. Yo creo que está bien que nuestro campo sea más vertebrado, más desarticulado, más punko. Es que eso es también la parte bonita de ser escena, que no se convierta en una industria. Nos

quejamos mucho pero somos también muy independientes en muchos aspectos. Si nuestro campo de contenidos y nuestro formato se industrializa mucho más, lo vamos a sufrir también. Ese punto fresco y de libertad de nuestra escena es muy bonito.

(I.MI.O.1)

Nosotros concretamente, creo, que desarrollamos un papel fundamental para la escena emergente de la creación digital y la electrónica más nueva. Sobre todo eso, lanzar y visibilizar nuevas cosas y artistas emergentes. Sacar del anonimato a gente y proyectos que están haciendo cosas brutales y que sin festivales como nosotros pues no saldrían probablemente a la luz y seguirán en el underground precario mucho más tiempo. [...] Para gente que está aún creando contenido de forma semi-profesional y ha crecido en el underground, mostrar su trabajo antes más de 2000 personas pues es algo no solo estimulante, sino también un punto clave en su carrera. Hay muchos casos, normalmente un par de artistas cada año. [...] Es que uff, la realidad es que generamos un espacio de intercambio y descubrimiento que aunque sigue siendo pequeño o experimental, solventa un gap para toda una escena emergente, tanto de artistas como de público y profesionales, que sin nosotros, seguramente no existiría, o al menos no de esta manera. Sería mucho más invisibilizada y precaria. [...] Esta es una de nuestras labores principales.

(I.MI.O.1)

Yo creo que nuestro papel al principio fue justamente reconfigurar un poco la escena de la electrónica a mitad de los 2000. Empezamos a traer otros contenidos, sobre todo música más minimal de Berlin y eso. También a nivel de espacio, no era tanto una discoteca a la americana sino un espacio oscuro y desnudo, con un sound potente donde las consolas y el mixer tenía un papel importante. [...] Otro aspecto clave fue el de alargar la perspectiva de la música electrónica hacia otro tipo de contenidos, como hacía el Sónar, hacia temas de innovación y tecnología, arte digital y todo eso.

(I.RO.F.G.1)

Otra función importante yo creo que ha sido la de llevar contenidos de la cultura más rave y electrónica a espacios serios, patrimoniales, teatros, sitios de cultura seria digamos. Y eso también ha creado un seguimiento, porque hay mucha gente que estaba cansada de espacios lejanos, insalubres o poco seguros. Y con ello pues fuimos consolidando nuestra identidad en torno a cosas que trascendía el hedonismo del baile en sí mismo, abarcando cosas más experimentales, la investigación en el campo audiovisual y musical, las artes digitales y nuevos contenidos, nuevos formatos y propuestas. Y la propia oferta de actividades, que se ha ido ampliando a público más adulto e infantil, con actividades más participativas, y una parte más de conocimiento, charlas, mesas redondas y todo eso, en torno a la creatividad y tecnología. [...] Eso ha generado una escena, porque, aunque había festivales internacionales de referencia que ya hacían eso, pues en Italia había pocos, uno o dos, y nosotros hemos sido la referencia en la parte norte del país.

(I.RO.F.G.1)

Yo creo que Semibreve claramente vino a cubrir un vacío en Braga ante un movimiento que ya empezaba a nacer en torno a la música experimental, la creatividad digital y los new media. Fue el desencadenante de muchas cosas, sin duda Semibreve es la semilla de un proceso que ha creado una escena y está consolidando un sector. [...] Algo fundamental en esto es que las escenas deben ser independientes, nunca deben ser institucionales. Una escena no funciona si el ayuntamiento dice: venga, vamos a hacer la ciudad así. Eso es importante, pero Semibreve nació y funcionó porque en Braga había una demanda en este campo.

(I.SE.L.R.1)

Analizando las percepciones y experiencias de los directores y organizadores de los festivales estudiados, destaca un valor instrumental y cultural (Belfiore, 2015; 2020; Belfiore & Bennett, 2008; Behr et al., 2016; Snowball, 2007) debido a la manera en que los festivales de música electrónica y artes digitales cubren una brecha, ofreciendo de forma casi exclusiva espacios para la difusión, promoción e impulso de las carreras de artistas emergentes en los campos de la electrónica avanzada y la creatividad digital. Sin embargo, a pesar de las perspectivas y experiencias compartidas en torno a la

identificación como escena y comunidad enmarcada en un campo cultural específico, es fundamental señalar que, en los EMDAF, el público no tiene un papel tan participativo o activo como en otras escenas musicales. Debemos recordar que la mayoría de los festivales de música electrónica y artes digitales son de naturaleza independiente, en términos organizativos y financieros, y a pesar de contar con apoyos institucionales importantes —tanto en financiación como en concesión de espacios—, el papel del público está claramente enmarcado en términos de usuario, audiencia y normalmente asociado a la venta de tickets.

Aunque en la tradición de los *Popular Music Studies*, se ha señalado a menudo la postura activa del público y de la comunidad de fans como parte elemental en los procesos de configuración de las escenas —sobre todo locales y virtuales—, más recientemente hemos visto un gran interés por las escenas trans-locales a partir del boom de los festivales de música desde mediados de los años 90' (Holt, 2016; 2017; Lalioti, 2013; Magaudda, 2017; Montano, 2009, 2011, 2017; Park, 2017; St John, 2010). Con todo ello, resulta clave recoger el trabajo de Constantini (2020) a partir del concepto de redes musicalizadas de Tassin (2004) para entender los procesos de configuración de escenas en los EMDAF europeos. Con el propósito de expandir, definir y categorizar de forma más concreta el concepto-paraguas de escena musical, más allá de los varios tipos de escenas propuestos por Peterson y Bennett (2004) —local, virtual, trans-local—, o la noción de escena de Straw más inclusiva con las infraestructuras materiales y espacios físicos (Straw, 1990; ver también Magaudda, 2020), Constantini categoriza tres tipos de redes que, además, normalmente se superponen de forma complementaria y a menudo interdependiente: las estilísticas, las locales y las profesionalizadas.

Esta capacidad de superposición e interrelación entre las diferentes redes creativas o diferentes escenas, resulta clave para comprender cómo las dinámicas organizativas y relacionales de los festivales pueden generar una determinada escena o pueden llegar a dinamizar un sector específico. De hecho, los diferentes tipos de redes y escenas pueden cohabitar en los mismos sectores, sean más independientes, profesionalizados, industrializados o corporativos, de forma similar a como suceden en los espacios de acción estratégica (Fligstein & McAdam, 2012; ver también Wilderom & Venrooij, 2019). Como algunos estudiosos han sugerido (ver Hesmondhalgh, 1999; 2005; Leadbeater &

Oakley, 1999; Negus, 1995; 2002), las relaciones entre la producción cultural independiente —normalmente orientada a través de la noción de escena— y la industria —normalmente orientada a través de la noción de sector— no deben entenderse como ámbitos opuestos ni separados.

Un término que recoge estas dinámicas de la producción cultural y pone en diálogo las concepciones de escenas musicales, redes musicalizadas, espacios de acción estratégica, refiriéndose a un tipo o formato de festival es *showcase-festival* (ver Ahlers, 2021; Brzozowska & Galuszka, 2023; Galuszka, 2022; Everts et. al., 2021; INES, 2018; Inglis, 2021). Según Galuszka (2022:56), "un *showcase festival* puede definirse como un evento cuyos objetivos principales son la promoción de artistas emergentes y la creación de redes entre músicos y representantes de la industria musical. Por lo tanto, aparte de varias actuaciones breves celebradas en múltiples lugares, estos eventos suelen albergar conferencias y sesiones de creación de redes para profesionales de la industria musical".

Una de las formas de participación, asociación y colaboración —entre otros festivales, agentes del sector, artistas, público— en los EMDAF tiene que ver con los espacios de programación dedicados al *networking* y al intercambio profesional entre artistas, creadores, *promoters*, *bookers*, organizadores de festivales y otros agentes relevantes en el campo. Tal y como vimos en el capítulo dedicado a los contenidos y formatos del evento-vitrina de los EMDAF, muchos festivales generan espacios de intercambio enfocados a la participación entorno a la práctica artística —por ejemplo, talleres, charlas o pequeños cursos con artistas—, y a veces también, enfocados al intercambio de talentos y la representación en el sector, más enfocado a la profesionalización y consolidación del sector.

Aunque no podemos considerar a la mayoría de EMDAF “festivales escaparate” en cuanto la profesionalización y consolidación del sector en términos de industria cultural y mercado no es uno de sus objetivos principales, sí desarrollan una labor de dinamización y promoción de artistas emergentes, pero sobre todo en términos expositivos y performativos. Es decir, con tipos de actividades más enfocadas a la exhibición de cara al público, que con formatos de promoción e intercambio como por

ejemplo stands, expositores o propuestas específicas dedicadas al *networking* e intercambio comercial y profesional, al estilo de una feria comercial.

Por lo tanto, tras analizar las varias formas de asociación, colaboración e intercambio habituales en los EMDAF estudiados, cabe destacar el sentido compartido de pertenencia e identificación a nivel de escena, si bien, también cabe destacar que el concepto de red profesionalizada ilumina de forma idónea el paradigma de los EMDAF europeos. A continuación, voy a profundizar justamente el papel de las plataformas y redes de la promoción y consolidación del campo de la música electrónica y las artes digitales a partir de proyectos financiados por la Unión Europea a través del programa Europa Creativa.

8.3. El papel de las plataformas y redes “Europa Creativa”.

La “INNOVATION NETWORK OF EUROPEAN SHOWCASES”, o INES, es un proyecto europeo de cooperación iniciado por ocho “festivales escaparate” internacionales y Gigmit, la plataforma digital europea de contratación de artistas. Los festivales showcase son eventos nacionales de la industria musical que proporcionan una plataforma para el descubrimiento de artistas, la creación de redes de negocios y la educación. Combinan actuaciones musicales en directo, programas de conferencias y ferias comerciales. Esto los convierte en los centros de innovación de la industria musical. Ya se trate del descubrimiento de artistas, la educación profesional o el desarrollo de capacidades, todo ocurre allí. Conectando esos centros, la INES creará un mercado musical europeo unido y fuerte.

(<https://www.ines-festivals.eu>)

Con esta carta de presentación, los miembros de la plataforma INES, han desarrollado entre 2017 y 2021 el concepto y formato de festival que aúna ocio y negocio con el objetivo de cultivar un tejido profesional que haga más fuerte, elástico, rico y consolidado al sector de la creación digital y la música en directo:

La red INES pretende ampliarse para incluir en su red hasta 30 festivales escaparate de la UE. Conectar y potenciar estos festivales escaparate a través del intercambio transfronterizo creará un mercado musical europeo fuerte y unido, con potencial para crecer y aportar enormes beneficios económicos y culturales a los artistas, los profesionales y el público de toda Europa.

(<https://www.ines-festivals.eu>)

La diferencia principal de INES con otras redes y plataformas impulsadas también por los programas Europa Creativa de la Unión Europea, es que los “festivales escaparate” de la red INES, además de estar normalmente más enfocados en la música en directo —sin integrar contenidos de artes digitales, contenidos audiovisuales o instalaciones como la mayoría de EMDAF sí hacen—, el papel del intercambio comercial y profesional, de negocio y *networking*, es igual de importante que la dimensión estética y de la práctica artística. Es decir, si bien en los EMDAF encontramos una labor instrumental y utilitaria en cuanto a la promoción de estéticas, contenidos y artistas emergentes a partir de la exposición, exhibición y performances de sus propuestas y práctica artística, desde un punto de vista profesional y mercantil, en los “festivales escaparate”, la promoción de dichos contenidos tiene un carácter principal y las relaciones profesionales y comerciales son más protagonistas. Por ejemplo, esto se materializa de forma muy clara y diferenciada en los propios espacios de los eventos-vitrina: en los festivales-escaparate es habitual que encontremos amplias zonas de stands y expositores, abundantes charlas y conferencias con profesionales del sector, con espacios de encuentro y *networking*, e incluso con Apps, chats y bases de datos compartidas —solo para el público acreditado como profesional— para negociar acuerdos o cerrar contrataciones.

Este es el caso de Monkey Week, un festival internacional en Sevilla (España) de música independiente que gracias a cuatro bloques de contenido —circuitos de *showcases*, conciertos y fiestas nocturnas, jornadas profesionales y una feria comercial— integra en su programación cuatro ejes fundamentales que vertebran una propuesta que une ocio y negocio en un ambiente inmejorable para las relaciones comerciales; pero también en el espacio idóneo donde conocer los próximos grandes nombres de la escena musical.

En la percepción y experiencia de uno de los directores del festival Monkey Week, uno de los miembros fundadores de la red INES, esta red, además de ofrecer e impulsar un formato de festival que aúna público e industria, ocio y negocio, plantea que también ha ayudado a motivar y profesionalizar a la escena independiente y emergente, estimulando una escena independiente andaluza y nacional cada vez más mullida, compacta y competitiva:

Es una red importante porque ha inspirado a otros festivales a proponerse desarrollar un poco más la parte profesional en lugar de que sea algo solo para el público. No hay que olvidarse que, aunque sin el público no somos nadie, el dinero lo movemos desde dentro también, los organizadores de festivales, los gestores de espacios y salas, los propios artistas y las varias figuras que hay entre medias, bookers, agencias, comunicación y management, etc. [...] La gente que viene del underground está viendo que, aunque seas independiente, hay que saber moverse, venderse y hacer las cosas bien, si quieres hacer música en directo de verdad. La gente va entendiendo que también puedes currar de la música siendo independiente y yendo super a tu rollo. Pero claro, hay que moverse y currar bien. El hecho de participar en la industria no te obliga a ser comercial. Además, es que el indie y en general, la música independiente es un sector muy fragmentado. No tiene nada que ver con el pop y la industria de verdad. [...] Nosotros lo hacemos muy bien porque vendemos el festival así, también porque es así, viene todo el sector de la música independiente de España y algunas referencias clave de varios países europeos. Entonces el juego funciona porque son los propios artistas y las propias agencias de booking los que quieren estar. Es un poco como la lonja y el mercado de abastos, se junta toda la materia prima y todos los recursos. Nosotros como festival montamos la infraestructura para que eso pase. También es importante porque conseguimos financiación directa que apoya y promociona lo que hacemos. En ese sentido pues sí, nuestra misión, que nació de forma espontánea digamos, emergente, ha sido reconocida por Europa y se está valorando económicamente. Y por otro lado yo creo que una de las cosas positivas es la propia red de contactos, tanto a nivel artístico como a nivel profesional, de comunicación, programación y todo eso. Conocer la gente adecuada te permite proyectar y con un poco de suerte, crecer.

(I.MW.M.1)

En términos cuantitativos, el festival andaluz cuenta con más 1200 profesionales acreditados por edición, casi un 20% del total de público del festival, de entre los cuales destacan los casi 200 periodistas acreditados y las más de 100 bandas participantes, así como las más de 30 actividades profesionales enfocadas al mercado e industria musical, intercambio, charlas y talleres con artistas y agentes profesionales del campo.

Por lo tanto, analizando las palabras de uno de los directores del festival Monkey Week, y la propia autodefinición de la red INES, en este caso, sí que vemos un claro enfoque instrumental —en términos materiales y económicos— focalizado en la industria musical, que persiguen unos claros objetivos de dinamización del sector tanto en términos artísticos y profesionales, como para la consolidación de redes empresariales y comerciales.

Sin embargo, también existen otras redes y plataformas europeas que, aunque no se autodeterminan como impulsores directos de intercambios comerciales y profesionales en términos de industria cultural, trabajan en la consolidación de la escena poniendo el foco en la propia práctica artística —los artistas y el contenido—, como es el caso de Shape Platform (<https://shapeplatform.eu>).

Shape nace en 2018 de las siglas “Sound Heterogeneous Art and Performance in Europe” y se autodefine como «una plataforma europea para la música y el arte innovador. Está orientada a los artistas y, cada año, crea una selección de talentos emergentes excepcionales a través de una convocatoria abierta y una votación curatorial, para después fomentar sus carreras con invitaciones a actuaciones, residencias de colaboración, encargos, seminarios y actos de creación de redes». Es muy importante señalar que Shape es una red dirigida y coordinada por organizadores de festivales y gestores de espacios de producción cultural enfocados especialmente en los campos de la música electrónica, las artes digitales, a pesar de aglutinar un *roster* de artistas europeos amplio y heterogéneo. Es decir, aunque es una red donde los protagonistas son los artistas —una selección de 48 artistas europeos cada año—, la propia red está formada y coordinada —en términos de *partners*— por los organizadores de 12 festivales de artes digitales y música electrónica, y 4 centros de arte y tecnología. Con

el objetivo de apoyar y visibilizar la música avanzada y el arte audiovisual más experimental, innovador y emergente, a menudo menos explorados por los circuitos convencionales o los festivales de música un poco más comerciales o los festivales de “EDM Pop” (ver Holt, 2017), Shape aglutina la participación de 16 festivales —socios del proyecto— para la divulgación y promoción de más de 200 artistas europeos:

Cada año, los equipos de comisarios de los 16 festivales e iniciativas SHAPE se reúnen y eligen a 48 artistas. Esta lista anual de artistas se crea sin tener en cuenta divisiones de género, género, bagaje cultural, edad o popularidad. Más bien, la novedad creativa y la experimentación exitosa sirven como valores fundamentales, con un énfasis adicional en la inclusión de artistas emergentes y poco expuestos, además de las escenas locales de los festivales y centros de arte implicados. SHAPE se esfuerza por contribuir a la diversidad geográfica en los campos de la música innovadora y el arte audiovisual nominando a artistas de todas las partes de Europa.

(<https://shapeplatform.eu>).

El festival Semibreve de Braga ha formado parte de la red Shape Platform durante la primera etapa del proyecto y ha destacado lo siguiente:

Yo creo que hacen un trabajo muy valioso en la escena, sobre todo para los artistas, porque ayudan mucho a impulsar sus carreras a nivel internacional. Pero en nuestra experiencia también supone un cierto riesgo contra la independencia e identidad de un festival, sobre todo a la hora de programar y pensar el festival desde cómo surgen y eliges los contenidos. A veces era un poco incómodo ser un Shape partner porque tienes que programar un cierto número de artistas de forma obligatoria.

(I.SE.L.R.2)

Este fragmento ilumina también una problemática compartida por otros festivales base en la posible pérdida de originalidad y autenticidad del festival, sobre todo en términos de contenido ofrecido, y también desde la propia experiencia de la dirección artística de los organizadores del festival:

Es que nosotros hacemos el festival por placer. No es nuestro trabajo, ni tiene como objetivo vender muchas entradas. Entonces no queremos sentir condicionada nuestra experiencia como organizadores a la hora de diseñar los contenidos, qué, quién y cómo invitar a un artista. [...] Con otros proyectos pues sí, pueden salir cosas bonitas que nos hagan compartir y aprender mucho. Pero es que para nosotros lo importante es hacer el festival que nosotros queremos y como nosotros queremos, porque lo hacemos por gusto, no es nuestro trabajo.

(I.SE.L.R.2)

Sin embargo, existen otras redes, plataformas y proyectos con otros criterios práctica y formas de materializar las formas específicas con las que dinamizan y potencia el intercambio artístico, la producción de contenidos, formatos y experiencias emergentes en el campo de la música electrónica y las artes digitales, tanto desde el punto de vista de la creación y la práctica artística como desde la posición de los organizadores y promotores de festivales:

Otras redes y plataformas, por ejemplo, We Are Europe, están enfocadas de otra manera, no buscan tanto la promoción de los artistas de forma comercial sino profundizar e investigar en las identidades de los diferentes partners del proyecto. Aquí sí estamos trabajando de forma más cercana, co-produciendo propuestas, con unas entidades más cercanas. Estamos, entre otros, Atonal, Unsound, Semibreve y Sonar, y estamos conociendo e investigando los puntos comunes para generar algo que nos estimule a todos. A veces pasa que, aunque participes en un proyecto como partner, no conoces de cerca realmente los objetivos de la organización directora del proyecto, y entonces hay riesgo de no entenderse bien.

(I.SE.L.R.2)

Otra característica importante de este tipo de redes y plataformas, que no olvidemos, no dejan de ser proyectos financiados por la Unión Europea bajo convocatorias de subvenciones pertenecientes al programa de Europa Creativa, es la relación entre participación y trabajo exigida —a nivel comunicacional y administrativo— a todos los miembros del proyecto —en términos de *partner*.

Hay que estar atentos porque a veces ser partner conlleva más trabajo del que pensamos. Nosotros no nos dedicamos a esto a tiempo completo y claro, los proyectos hay que justificarlos, entregar informes y memorias de la actividad al final del año. Y a veces eso te obliga a poner el propio festival en segundo plano. Luego lo que comentaba Luis, pues es que nosotros somos muy pequeños, si tenemos 14 o 16 conciertos y 7 u 8 son artistas Shape, que ese año estarán en otros 15 festivales más en Europa... pierde su gracia. Está muy bien para impulsar las carreras de los artistas, pero nuestra perspectiva queda un poco en segundo plano. [...] . Que a veces si te pones a diseñar el festival cumpliendo todos los criterios de las convocatorias o subvenciones queda menos espacio para calidad y el desarrollo artístico de las propuestas. Y tampoco queda tiempo para disfrutar o cuidar de los artistas.

(I.SE.L.R.2)

Analizando las perspectivas señaladas, es destacable cómo el grado de intercambio, promoción e impulso, de forma más o menos cíclica y repetida, de un cierto número de artistas —de forma más o menos obligatoria— entre los 12 miembros de la red, es percibida como un riesgo hacia una cierta estandarización de la escena. Sin embargo, por otro lado, este tipo de alianzas entre festivales y artistas gracias a una red como Shape, puede justamente ayudar a consolidar un festival que está empezando y que no tiene los recursos y apoyos necesarios para establecerse como un punto de referencia a nivel internacional en el campo de la electrónica y las artes digitales:

Un festival que busque más la experiencia de show emergente y un impacto más potente a nivel de formato y experiencia, creo que puede ser interesante Shape, porque también ayuda a incidir positivamente en la venta de tickets y en reconocimiento internacional. Pero nosotros no buscamos eso. Y justamente no queremos ser otro festival más, con el mismo contenido que otros 10 o 12 festivales en Europa. [...] Muchos festivales más nuevos, o que tienen aspiraciones de seguir creciendo, lo hacen normalmente a costa de show y clubbing, pero a veces va en contra de contenidos y propuestas que buscan la originalidad, la innovación o la investigación, donde quizá es menos importante el resultado final. [...] Creo que eso está pasando un poco.

Sin embargo, también existen varias plataformas fundamentales en el campo de la cultura digital y la música electrónica, cofinanciadas por programas Europa Creativa, no tan enfocadas al impulso de las carreras profesionales y al intercambio de artistas en términos de producción y exhibición de contenidos ni desde una perspectiva comercial. Por lo contrario, otras plataformas y redes están más focalizadas en cómo la práctica artística y sus narrativas, la cooperación internacional desde el campo de los nuevos medios, la música y la creatividad digital, y organizaciones clave como festivales o centros de producción y creación, abordan la identidad europea en términos de transición socio-política o como expresiones de democracia, cultura pública o cosmopolitismo estético (ver Sassatelli, 2008; Giorgi et al., 2011). Este es el caso de EMAP (European Media Art Platform), We Are Europe y Re:Image Europe.

En nuestro mundo cada vez más digitalizado e impulsado por la tecnología, junto a científicos y programadores, son los artistas quienes crean visiones alternativas para una sociedad más sostenible y justa. La colaboración entre estas comunidades nos ayuda a reflexionar sobre el impacto de las nuevas tecnologías en la sociedad. Si Europa quiere tomar un camino tecnológico diferente al de China o Silicon Valley, al tiempo que se opone a los nacientes movimientos antidemocráticos, debería centrarse en el potencial creativo, comunicativo, crítico y unificador de las artes. Mediante el apoyo a los artistas emergentes podemos contribuir a garantizar un futuro tolerante y democrático para los ciudadanos de Europa. La Plataforma Europea de Arte Multimedia (EMAP) se fundó con este propósito.

<https://emare.eu/information>

La EMAP es una de las redes principales a nivel internacional en el campo de la música electrónica, las artes digitales, los nuevos medios y el *media art*, formada por espacios de creación y producción cultural y festivales con el objetivo de acoger e intercambiar contenidos, perspectivas, obras artísticas, propuestas y narrativas en todo el contexto geográfico europeo. La mitad de los festivales analizados en esta investigación forman parte de esta red como socios colaboradores, como por ejemplo Semibreve, MIRA o L.E.V. De forma similar a Shape, la EMAP también estimula y dinamiza de forma

evidente y deliberada la producción artística en el campo de la creatividad digital, los nuevos medios y la música avanzada, pero a través de un sistema de convocatorias públicas —para cualquier artista que viva o tribute en un país miembro de la UE—, residencias artísticas y producción directa de las piezas, actividades, programas o proyectos. Además, todas las organizaciones participan en los sistemas de valoración de las convocatorias y selecciona un proyecto favorito que tutelaré y monitorizará durante los dos o tres meses de duración de la residencia del artista en cuestión. Tras la producción de las obras, programas de actividades o proyectos seleccionados, además de ser presentado en la sede del miembro huésped del proyecto, los artistas suelen participar en la programación del resto de festivales y organizaciones socias de la EMAP, estimulando así la proyección y consolidación de la carrera profesional del artista en ámbito internacional europeo. Por lo tanto, en este sentido, comparte la finalidad directa con Shape de consolidar el sector e impulsar las carreras profesionales a partir del intercambio y movilidad internacional de los artistas entre festivales, centros y organizaciones miembro y socios colaboradores de la red.

We Are Europe es un proyecto lanzado en 2015 impulsado por los programas Europa Creativa de la Unión Europea, formado por ocho festivales: C / O Pop Festival & Convention, Elevate, Insomnia, Nuits Sonores & European Lab, Reworks Festival y Reworks Agora, Sónar +D, Today'sArt y Unsound. A través de la red creada por estas ocho organizaciones, los directores y artísticos y comisarios trabajan y colaboran para co-curar programas de intercambio, conocimiento y reflexión en dichos festivales, enfocados también a la presentación de artistas, propuestas, contenidos y la generación de nuevos públicos e intereses, dando protagonismo a las escenas artísticas y narrativas emergentes. De forma similar a Shape, el núcleo organizativo y coordinador del proyecto We Are Europe, ha ido seleccionando algunos artistas como mensajeros de la identidad del proyecto:

En los últimos años se han producido cambios significativos en las industrias culturales y creativas. Esto ha sido causado no sólo por el progreso tecnológico y el estallido del COVID-19, sino también por el poderoso impacto de movimientos sociales como #MeToo y Black Lives Matter. Como actores culturales, debemos abordar y responder a estos cambios. Tenemos el deber de reflexionar sobre nuestras actividades, prácticas, eventos y, lo que es más importante, de amplificar

las voces de quienes luchan por sociedades más justas. Aunque este contexto está lleno de desafíos, una plataforma europea de medios digitales como la nuestra puede crear un nuevo espacio en el que compartir las transformaciones culturales que están dando forma a la Europa del mañana.

(<https://weare-europe.eu>)

Por último, Re:Imagine Europe es un proyecto colaborativo formado por diez organizaciones culturales europeas que producen, presentan y distribuyen formas artísticas emergentes con la mirada puesta en los retos socio-políticos y culturales que Europa afronta. A través de residencias artísticas, simposios, performances y talleres, los socios del proyecto buscan fomentar la producción de la práctica artísticas y narrativas críticas, así como el compromiso y desarrollo de nuevos públicos en torno a la confluencia ciencia, arte, tecnología, música y política. En la práctica, una de las acciones concretas del proyecto es el encargo de obras o proyectos concretos a un grupo de artistas seleccionados por su labor:

A través de la presentación y difusión de obras de arte por toda Europa, así como de la publicación de contenidos críticos, el proyecto contribuye a la movilidad transnacional y al intercambio de conocimientos. También experimenta con nuevas formas de llegar al público, motivado por la ambición de desarrollar un enfoque más amplio y atractivo para el desarrollo de audiencias y la creación de capacidades.

(<https://re-imagine-europe.eu/archive/background/>)

El festival Semibreve, que participa como miembro del proyecto en su segunda etapa de desarrollo, plantea que las bondades de pertenecer a este tipo de redes no están tan enfocadas a la producción artística y a promocionar shows, performances o conciertos, sino a reflexionar cuál es realmente el papel a nivel socio-político y cultural de este tipo de organizaciones culturales:

Por un lado, es importante porque nosotros somos una organización pequeña y además en la periferia de Europa. Entonces nos conviene, por visibilidad también, acercarnos a proyectos y organizaciones como Sonar o SonicActs, que llevan

siendo un referente muchos años y están a la vanguardia e innovación europea en nuestro sector. [...] Es un bonito desafío, de comunicación, colaboración y trabajar para intereses comunes. Yo personalmente soy muy pro-Europa, y creo que estas redes en las que estamos a punto de entrar pueden ser muy positivas para el festival, sobre todo a nivel de pensamiento. [...] Vamos a beber de ese universo, porque tenemos mucho que aprender. Y por otro lado, fundamental, es que nos reconocemos a nivel estético. Por tanto, el riesgo de estar obligado a hacer cosas que no te gustan sigue existiendo, pero es menor. Probablemente sea al revés en buena parte, vamos a tener acceso a co-producciones y más cosas que a priori, encajan bastante con nuestras expectativas.

(I.S.E.L.R.2)

En la práctica, Re:Imagine Europe, en su primera fase del proyecto —cuatro años de duración— ha generado 59 residencias artísticas, la producción, presentación y exhibición de 108 obras a lo largo de Europa, 86 actividades de tipo taller formativo para artistas y público interesado en general, además de jóvenes y público infantil, y 275 publicaciones de contenidos tales como vídeos, piezas sonoras, podcast, entrevistas, artículos, tanto en formato físico como digital.

En la actualidad, el proyecto se encuentra en segunda fase de desarrollo —2023-2027— bajo financiación del programa Europa Creativa, y bajo el lema “Nuevas Perspectivas para la Acción”, busca equipar y capacitar a la juventud europea en materia de práctica artística, producción cultural y narrativas críticas para afrontar mejor los retos socio-políticos y la emergencia climática. En este sentido, en la línea de We Are Europe y también EMAP, el proyecto Re:Image Europe se sitúa hoy en día como una de las redes con una identidad más centrada en los valores socio-políticos en la práctica artística y la producción cultural. De esta manera, con un evidente valor instrumental, consecuencia de los proyectos impulsados y financiados, y las facilidades para el intercambio, programación y co-producción de obras y actividades concretas, el proyecto no se centra en la consolidación del sector en términos comerciales, profesionales o de industria, sino en un sentido más simbólico, cultural e inmaterial.

En resumen, se puede concluir que cabe identificar un claro valor instrumental desarrollado por este tipo de redes, plataformas y proyectos, con una retribución material, económica en términos de posicionamiento, visibilidad y proyección de las carreras profesionales de los artistas y creativos del sector. Sin embargo, dentro de esta lectura, hay que especificar dos posiciones más o menos bien definidas: por un lado, encontramos plataformas como INES y Shape, con una finalidad más enfocada al sector en términos comerciales, económicos, profesionales y de industria; por otro, tenemos otras plataformas no tan enfocadas a dinamización y consolidación del tejido artístico en términos comerciales, sino más bien focalizadas en el papel y la misión de este tipo de organizaciones —principalmente festivales, pero también centros o espacios de producción cultural, ciencia, arte y tecnología— en relación a las realidades y contextos socio-políticos en diálogo con la producción cultural actual —en los campos de la música, los nuevos medios, la creatividad digital— en diálogo con la identidad europea.

Hasta ahora, en este capítulo he examinado el valor instrumental de los festivales estudiados, poniendo en el centro las percepciones de los organizadores en torno al concepto de escena musical, a las redes profesionalizadas y a las diferentes formas de colaboración y dinamización del campo. A continuación, en la siguiente subsección, exploro y argumento, de forma más específica y calada en el territorio, a partir del análisis del festival Semibreve, en qué manera, ha servido como un evento configurador de campo en la ciudad de Braga y norte de Portugal.

8.4. Los EMDAF como *pulsar events* y *field-configuring events*

En 2008 aparece el concepto *field-configuring event* en el campo del *Event-Management* y los estudios económicos de la cultura para describir y explicar pragmáticamente el valor instrumental de algunos eventos que, gracias al su poder de convocatoria e influencia en su sector, son capaces de configurar, consolidar y mullir el tejido profesional del propio sector. El núcleo conceptual de la noción de FCE se basa en que determinados eventos de gran influencia e impacto, tales como grandes carnavales, ferias profesionales o ferias de tecnología, simposios y conferencias relevantes pueden encapsular, determinar el

desarrollo y la configuración de un determinado sector (Meyer et al., 2005; Lampel & Meyer, 2008; Lange et al., 2014). Más recientemente, importantes eventos culturales han sido analizados a través de la noción de FCE: por ejemplo, la Feria del Libro Internacional de El Cairo (Shahar, 2017) o mucho más cercano al objeto de estudio de esta investigación, el festival Sónar (Colombo & Richards, 2017).

Según Lampel y Meyer (2008: 1027), los FCE se caracterizan por los siguientes aspectos:

- Los FCE reúnen en un mismo lugar a agentes procedentes de diversos ámbitos profesionales, organizativos y geográficos;
- La duración de los FCE es limitada, normalmente de unas horas a unos días;
- Los FCE ofrecen oportunidades no estructuradas para la interacción social cara a cara;
- Los FCE incluyen actividades ceremoniales y dramáticas;
- Los FCE son ocasiones para el intercambio de información y la creación colectiva de sentido;
- Los FCE generan recursos sociales y de reputación que pueden utilizarse en otros lugares y para otros fines.

Este concepto tiene un sentido relacional e institucional, y está estrechamente ligado al término-paraguas de campo organizacional (DiMaggio y Powell, 1983). Por ejemplo, Colombo y Richards (2017), sugieren cómo y por qué el festival Sónar de Barcelona puede ser considerado un evento configurador del campo cultural de la música electrónica y la creatividad digital a nivel global: debido a la importancia del evento a nivel mundial, y sus estrategias de negocios y exportación de marca, el festival «está conectado permanentemente al "espacio de flujos" además de estar incrustado en el "espacio de lugares" de la ciudad original del evento, Barcelona» (Colombo y Richards, 2017: 630).

En esta línea, aunque de forma un poco menos elaborada y con un sentido menos asociado a la consolidación del tejido empresarial y profesional, también aparece el concepto “pulsar events” o “eventos motores” (Richards, 2015). Los eventos motores tienen la característica de impulsar al cambio de las estructuras o sistemas sociales, ofreciendo dinamismo en la cultura local, atrayendo valores y talento externo, estimulando el desarrollo de nuevas políticas, proporcionando a medio plazo, un cambio sustancial en las estructuras y ritmos de la vida cotidiana.

A partir de la definición de Lampel y Meyer (2008), y sobre todo teniendo en cuenta el valor instrumental y cultural de las redes y plataformas impulsadas y coordinadas por organizaciones dedicadas a la producción cultural —festivales y centros de creación e investigación en torno a la intersección ciencia, arte y tecnología—, podríamos considerar que los EMDAF estudiados, en general, de alguna manera, funcionan como eventos configuradores de campo. Con la numerosa escena de EMDAF repartidos por toda la geografía europea, progresivamente, también está floreciendo un creciente apoyo institucional, sobre todo impulsado por los programas de Europa Creativa, en buena parte, no solo destinados a apoyar económicamente determinados festivales de forma aislada sino a dinamizar, promocionar y consolidar el las redes profesionalizadas y los múltiples agentes del sector.

8.4.1. El caso del festival Semibreve de Braga

En este marco interpretativo en el que considero los festivales de música electrónica y artes digitales como actores sociales, entendidos como eventos de corta duración y también como organizaciones estables dedicadas a la producción cultural emergente, a continuación, analizo en qué manera el festival Semibreve de Braga está funcionando como evento-motor y evento configurador de campo en términos locales, a nivel ciudad, pero también a nivel sistémico como elemento estructurante y configurador de los campos de la música electrónica, las *media arts*, y la creatividad digital, en la zona norte del país.

Braga es una ciudad mediana del norte de Portugal —la quinta ciudad más poblada del país— que desde 2010 ha cultivado un continuo desarrollo estratégico en materia tecnológica, turística y cultural. A continuación, voy a describir y argumentar cómo el festival Semibreve de Braga ha actuado como actor social estratégico y desencadenante de un proceso de posicionamiento y visibilidad internacional, y consolidación del tejido cultural local y regional en el norte de Portugal, para los campos de la música electrónica, los nuevos medios, la creatividad digital y las dinámicas de creación e investigación en torno a la intersección ciencia-arte-tecnología-sociedad.

En 2012, el Foro Europeo de la Juventud elegía a la ciudad de Braga como Capital Europea de la Juventud. Poco más de un año antes, la corporación municipal del Ayuntamiento de Braga reunía a algunos profesionales de la gestión y la producción cultural, y expertos en turismo y urbanismo, para reflexionar sobre la necesidad de impulsar algunas actividades o proyectos clave que posicionaran a Braga como la mejor ciudad para obtener dicho galardón.

Músicos semiprofesionales por afición —y también artistas digitales o *new media*—, el actual equipo de dirección del festival Semibreve, se juntaba a finales de 2010 con parte de la corporación municipal de la ciudad de Braga para comenzar a vislumbrar un evento musical de relevancia nacional e internacional, con interés para los jóvenes y que dialogara con la cultura local en términos patrimoniales, arquitectónicos y urbanísticos. Es a partir de esta primera motivación estratégica de naturaleza institucional, que se prepara el terreno para lo que sería, a partir de 2011, Semibreve, un festival de música electrónica y artes digitales pionero en Portugal.

Durante las tres visitas a Braga en los años 2022 y 2023, he realizado un total de 11 entrevistas breves y semi-estructuradas —de entre 10 y 20 minutos de duración— a 11 informantes estratégicos en las políticas culturales municipales y para el campo de la música electrónica, los nuevos medios y la creatividad digital: cuatro artistas locales y de relevancia nacional e internacional, una gestora cultural y comisaria, dos periodistas especializados en cultura contemporánea y música de relevancia internacional, dos actores de relevancia en las agendas y políticas culturales del municipio de Braga, y un profesional docente en el campo de los nuevos medios en la Universidad de Minho de

Braga. En este sentido, si bien todas las personas entrevistadas mantienen una estrecha relación con el festival, como público, como profesionales invitados, o incluso como artistas que han formado parte de la programación, no trabajan para el festival, por lo que se consideran perspectivas relativamente externas a las del núcleo-motriz y la propia estructura organizativa del festival. A continuación, elenco una serie de fragmentos iluminadores sobre la percepción y experiencia de esta muestra de entrevistados, que ponen de relieve el valor instrumental y cultural del festival y el efecto catalizador, estructurante y dinamizador de Semibreve como actor social clave en la consolidación del tejido cultural y la configuración de los campos creativos en la ciudad de Braga.

El papel de Semibreve ha sido muy importante de varias maneras. Braga ha cultivado durante la última década varios reconocimientos importantísimos para la ciudad, sobre todo en clave de turismo cultural. Lo de Braga Media Arts por ejemplo, y ahora, ojalá, lo de Braga 2027, para la Capital Europea de la Cultura. Creo que eso a nivel de ciudad es muy importante. Y eso ha sido posible en gran parte gracias a Semibreve y a la gente que lo hace posible, porque al final y al cabo las organizaciones son personas, y aunque no son los mismos equipos, las personas de Semibreve son parte de las otras cosas también. [...] Braga es una ciudad muy pequeña y gracias a Semibreve, y las que cosas que han ido llegando después, pues se ha notado mucho. La Braga de hoy es mucho más moderna y no sé, como más profesional, a nivel artístico, de new media, comunicación, música y todo eso.

(I.SE.S.1)

Han sido poco más de diez años...pero Braga, tras la Capital Europea de la Juventud, donde Semibreve hizo una figura importante porque promovía algo innovador, abrió el Centro gnration, que tiene muchas cosas que mejorar claro, pero es innegable su función a la hora de promover, divulgar y exhibir cosas que, de otra manera, la ciudad de Braga no conocería.

(I.SE.M.1)

Aquí hemos sido muchas personas del sector que, si trabajábamos de lo nuestro era de forma precaria y viajando mucho, a Oporto sobre todo, a otras zonas del país. En los últimos 10 años eso ha cambiado un poco, algunos llevamos años trabajando

de forma estable y hay más oportunidades, también parece que hay más dinero. [...] No sé, yo lo he vivido como una cadena de cosas. Está claro que no es solo Semibreve en sí, sino el efecto que Semibreve ha tenido en las personas que nos dedicamos a la cultura, desde múltiples disciplinas, también desde la comunicación y el periodismo como yo.

(I.SE.R.1)

Quizá una cosa “mala” es que aunque hay más oportunidades, hay mucho más nivel. La calidad de los proyectos es mucho mayor, hay gente muy joven haciendo cosas muy potentes. O sea, es algo bueno en realidad, antes no había oportunidades. Ahora las hay, pero hay mucha competencia, ya no somos freaks que hacen arte pero trabajan en bares sino que somos artistas o profesionales de la cultura, así es más competitivo, pero bueno, por primera vez, empezamos a poder trabajar de la cultura y del arte.

(I.SE.M.1)

Semibreve ha sido fundamental en Portugal porque ha ofrecido un modelo de referencia y éxito con una misión diferente al resto de festivales: promover y mostrar contenidos, narrativas y formatos diferentes, de vanguardia, de reflexión y experimentación. Esto es fundamental de cara a la no estandarización de la cultura. Y es importante porque ha inspirado a otros festivales y organizaciones en el país, lo que al final, estimula la diversidad y el impulso de un tejido creativo más emergente, menos pop.

(I.SE.MR.1)

Claro, quizá sin Semibreve no existirían MuchoFlow o Out.Fest por ejemplo. Son festivales diferentes, pero es verdad que Semibreve ha inspirado mucho, sobre todo en el norte de Portugal. También es verdad que es un buen ejemplo porque ellos son muy buenos chicos, muy formales. A nivel político y eso, ayuda mucho, poner de ejemplo a Semibreve, con todo lo que ha hecho por Braga, es una carta de presentación muy buena, y a la vez creíble, porque Semibreve sigue siendo algo cercano, no es un macro-festival de varios millones de euros. Entonces sirve de

inspiración y guía para otros festivales más jóvenes, que, aunque sean muy diferentes, todos llevan un poquito de Semibreve.

(I.SE.A.1)

Bueno, para nosotros con MuchoFlow ha sido muy importante tener de referencia a Semibreve. [...] Es muy diferente, se ve mucho en el público también. [...] Semibreve pone el foco en lo más experimental, un poco más serio, no tan enfocado al baile, pero ofreciendo siempre un poquito de baile. MuchoFlow es al revés, pone el foco en el baile, pero siempre en lo más emergente de la escena, y ofrece también algo un poco más raro y experimental. Pero lo que sí es evidente, que, aunque no tenemos grandes apoyos institucionales como sí tiene Semibreve, los que tenemos, en parte es porque está Semibreve como ejemplo. Porque dices, nuestro objetivo es que MuchoFlow sea un referente nacional y ponga a Guimarães en el mapa internacional como un lugar óptimo para trabajar en el sector creativo.

(I.SE.F.2)

Yo creo que una misión fundamental, tanto a nivel de ciudad como de forma regional, ya que Semibreve es un referente en el norte de Portugal, es cómo podemos conocer las expresiones artísticas emergentes. Es como un pequeño viaje al futuro en muchos aspectos, y eso es muy importante para la ciudad, también a nivel artístico y profesional, también para los trabajadores y el personal que trabaja.

(I.SE.MR.1)

Es difícil valorar el impacto socio-cultural en poco tiempo, pero también es cierto que en el caso de Semibreve, en solo 10 años, que no es tanto para la trayectoria de un festival, hay ya muchos indicios de resultados y consecuencias realmente positivas para la ciudad. La Capital Europea de la Juventud para empezar, que fue digamos el ingrediente principal para avanzar hacia la estrategia en políticas culturales serias, que en parte se ha fundamentado en gneration. También ha venido Braga Media Arts, y la ciudad está trabajando para Braga 2027 Capital Europea de la Cultura.

(I.SE.MR.1)

Yo creo que hemos ido de la mano, porque el apoyo y la confianza política municipal ha sido buena y fundamental desde el principio. Nosotros mismamente creo que siempre hemos tenido una postura abierta a dialogar con los propios agentes de la cultura. Por eso nació Semibreve, porque nosotros, el municipio quería impulsar un festival de música diferente. Y en lugar de inventárnoslo nosotros sin saber de ello, nos reunimos con diferentes personas y organizaciones expertas en ese ámbito. Y creo que el resultado no ha podido ser mejor.

(I.SE.RR.1)

Semibreve es un festival que no sería posible sin la financiación del Ayuntamiento de Braga. Aunque ahora ha crecido y se ha consolidado a nivel internacional, recibiendo fondos del Ministerio y la Unión Europea, empezó siendo casi totalmente financiado por la Cámara Municipal. Y esto quizá tiene que ver con el clima político de Portugal, que yo creo se ha manifestado en los presupuestos destinados a políticas culturales y estrategias de desarrollo y turismo cultural, que son mayores.

(I.SE.MR.1)

Semibreve fue fundamental. Yo además trabajaba entonces en el Ayuntamiento de Braga, aunque no en cultura. Pero bueno, en mi experiencia, tanto como ciudadano, como organizador, músico, público interesado en Semibreve, y como funcionario del ayuntamiento, Semibreve fue lo que dio origen a la candidatura de Braga como ciudad UNESCO en las Media Arts. Fue la primera manifestación, no solo en Braga, sino casi todo Portugal, ligada de forma tan sensible a las Media Arts y hoy en día Semibreve y Braga Media Arts es algo inseparable. Por lo tanto sí, Semibreve fue el puente por el cual hoy Braga es una Ciudad Creativa reconocida por la UNESCO. Y en parte por eso Semibreve mantiene una financiación importante del ayuntamiento, actualmente hasta 2027, con el objetivo de ser Braga Capital Europea de la Cultura.

(I.SE.MP.1)

Yo creo que eso es algo compartido en la ciudad. Antes de Semibreve había una escena de artistas, gente freak que hacía cosas, diseño, arquitectura diferente, urbanismo, arte y new media, música electrónica, no sé. Creo que gracias a

Semibreve y la cadena de efectos que ha impulsado, ahora pienso que Semibreve, y toda esa gente del sector, es una realidad esencial en la política cultural de Braga y de hecho pieza e impulso clave en la candidatura de ciudades creativas de la UNESCO. [...] Desde mi experiencia como docente del Master de Media Arts de la Universidad do Minho, aunque además de público de Semibreve soy también aficionado a la música y el mundo del videoarte, proyecciones y eso, pues es innegable el trabajo que Semibreve ha hecho por mediar y facilitar, mano a mano con la Universidad, una oferta educativa y universitaria en el campo. Algo que obviamente también va de la mano con el título Braga Ciudad Creativa de la UNESCO en las Media Arts.

(I.SE.T.1)

El abanico de entrevistas realizadas a estos 11 informantes estratégicos comparte una visión positiva sobre el impacto de Semibreve en la ciudad. Los aspectos fundamentales a destacar son los siguientes:

- Semibreve ha respondido a un humus creativo en el campo de la música electrónica, las artes mediales y la práctica artística e investigación en la intersección ciencia-arte-tecnología-sociedad, cubriendo un vacío en la ciudad de Braga.
- Semibreve nace desde el impulso institucional de Municipio de Braga, como elemento estratégico en las políticas culturales de la ciudad, de cara a la candidatura Braga Europea de la Juventud.
- Como resultado de este galardón, el municipio y otras entidades responde favorablemente ante el efecto desarrollador del festival Semibreve, apostando por la creación y apertura de un centro dedicado a las artes, música y tecnología: gnration.
- Con el estimulante escenario creativo de la ciudad de Braga a partir de 2013 —año de la inauguración y apertura de gnration de forma estable—, con Semibreve y gnration como principales organizaciones e instituciones representativas, sirven de justificación fundamental para la candidatura Braga Ciudad Creativa de la UNESCO para las Media Arts, también de impulso institucional a través de la empresa cultural pública y municipal Teatro Circo de Braga E.M. S.A.
- Semibreve, si bien no genera unos efectos directos de alto impacto en la creación de empleo o consolidación de carreras profesionales, es percibido de forma unánime por

el ecosistema cultural, creativo y artístico de la ciudad como un agente social fundamental en los procesos y dinámicas de configuración y consolidación de las industrias creativas, sobre todo en términos locales y regionales, principalmente para los campos de la música electrónica, los nuevos medios y la intersección ciencia-arte-tecnología-sociedad.

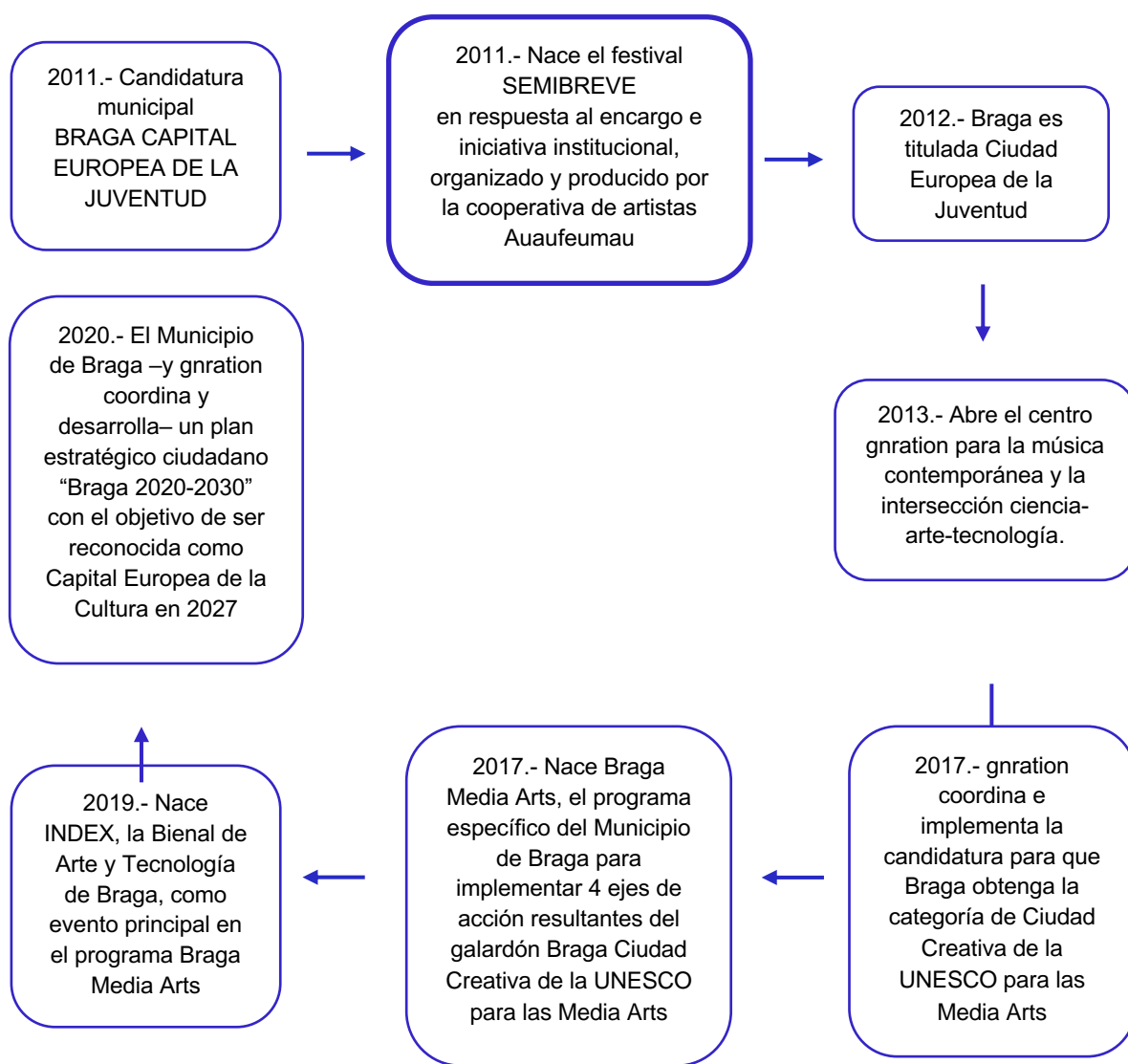


Figura 58. Ciclo de legitimación y efectos en el sector creativo y cultural producidos por el festival Semibreve de Braga. Elaboración propia. Fuente: datos facilitados por las organizaciones y personas entrevistadas.

Partiendo de la definición de Lamper y Meyer (2008) de *field-configuring event*, quizá Semibreve no sea un punto de encuentro trascendental para el sector a nivel global. Si bien es un encuentro influyente y de relevancia internacional, no hay que estar allí

presente para saber qué pasa en el sector, cuáles son las nuevas tendencias o qué relaciones comerciales y profesionales cultivar durante los próximos años. A diferencia de otros festivales estudiados, como por ejemplo MIRA, que programan más de 50 actividades y shows durante más de 24h totales de programación y casi 10 000 personas de público asistente en la ciudad de Barcelona y más concretamente en uno de los recintos de ferias y congresos más importante de Europa; el festival portugués no deja de ser un punto de encuentro más pequeño y reducido, difuso y distribuido por la ciudad:

Nosotros buscamos, y creo que lo conseguimos y es parte de la magia de Semibreve, otro tipo de ritmo y otro tipo de relaciones, con la ciudad, el urbanismo y el uso del espacio para el propio desarrollo del festival. Cuidamos mucho el sentido de comunidad eso sí. Es verdad que muchos artistas no pueden disfrutar de todo el fin de semana en Braga porque tienen otros shows y tienen que viajar rápido. Pero como ves, durante 4 días estamos almorzando y cenando con los artistas y la organización, como una pequeña familia. En ese sentido sí que es un punto de encuentro de donde salen nuevas ideas, propuestas, y compartes muchas cosas.

(I.SE.T.1)

Otro aspecto diferencial clave entre Semibreve —también extensible a MIRA, L.E.V. o ROBOT— y otros festivales más grandes como por ejemplo Sónar, o también festivales miembros de la red INES, se basa en la estructuración y formato de los contenidos programados: en el caso de los primeros, la programación está diseñada y dirigida de forma casi exclusiva a un público, que si bien heterogéneo, asiste y participa en las actividades en calidad de usuario. Sin embargo, en los segundos, encontramos también una parte importante de la programación dirigida a un target de público profesional —tanto artistas, como profesionales técnicos y creativos del sector, como a nivel mercantil o empresarial, periodistas, etc.

Por lo tanto, ¿en qué manera un festival de música electrónica y artes digitales como Semibreve es capaz de generar escenas, o servir de evento-motor o evento configurador de campo? ¿Cómo puede un evento configurador de campo actuar como estímulo para la dinamización del sector y la innovación en políticas culturales en las ciudades?

El sentido instrumental del festival Semibreve como evento configurador de campo o como encuentro profesional imprescindible en el sector, por un lado, es más bien reducido —puesto que no es un encuentro al que se necesita asistir presencialmente para comprender, negociar y afianzar entresijos y acuerdos para la consolidación de relaciones profesionales y empresariales en el sector. Atendiendo a la dimensión de atracción de actores estratégicos y profesionales del sector que señalan Lamper y Meyer (2008), tal y como el director de Semibreve ha remarcado en el anterior fragmento citado, el festival portugués no es un evento que busca reunir a miembros clave del sector en Braga durante los días del festival desde una perspectiva empresarial, mercantil o profesional.

Sin embargo, por otro lado, queda comprobado que los actores profesionales del campo de la comunicación, el turismo, las políticas culturales, y la creación y la práctica artística, comparten una percepción de Semibreve, entendido como un actor social estratégico en clave de política cultural y desencadenante de la creciente escena emergente y profesionalización de la producción cultural ligada a los nuevos medios y la cultura digital, tanto a nivel local, como a nivel regional en la zona norte del país y a nivel nacional. Debido a cómo percibe la comunidad profesional y creativa el festival, en términos de efectos calados en el terrero —experimentados en sus propias carreras profesionales, podemos entender Semibreve como un evento estructurador, que ha servido como fuente de inspiración para otros eventos y políticas culturales, generando innovación en el territorio norte de Portugal y sin duda, estimulando la dinamización y consolidación profesional en el campo de la música electrónica, las artes digitales, los nuevos medios y la práctica artística asociada a la tecnología, tanto en Braga, como en términos regionales —zona norte de Portugal— e incluso a nivel nacional.

Un aspecto clave en el concepto *field-configuring event* es el valor espacio-temporal del evento, es decir, entendido como encuentro de corta duración, desarrollado en un lugar y momento específico, donde la dimensión situada, performativa y presencial del evento es protagonista. Aunque en el debate académico de las dos últimas décadas hemos visto un creciente interés en el impacto socio-económico y territorial de los eventos culturales y festivales de artes (Colombo, 2009; Garcia, Melville, & Cox, 2010; Getz, 1991; Waitt, 2003, 2008), en la mayoría de los casos, no se ha prestado atención a cómo

un determinado evento cultural —o festival artístico como en nuestro caso— ha determinado, a medio y largo plazo, la dinamización y consolidación de un sector en términos de innovación, profesionales o creativos.

Teniendo en cuenta que los FCE encapsulan y dan forma al desarrollo de profesionales, tecnologías, mercados e industrias (Lampel & Meyer, 2008), podría argumentarse Semibreve ha servido como actor social clave en las políticas y estrategias culturales municipales en Braga, como fuente de inspiración para una red de eventos y festivales de similar formato y contenido —también alineados en el campo de la música electrónica y las artes digitales—, fomentando el desarrollo y consolidación del sector a nivel local, regional y nacional.

CONCLUSIONES

En este capítulo he analizado en qué manera los EMDAF son capaces de generar redes, dinamizar su sector o impactar de forma favorable en las carreras profesionales de las personas que participan en ellos.

A pesar de la naturaleza exigente y a menudo precaria de los festivales de artes o las escenas musicales con las que cohabitan, los EMDAF encarnan un potente valor simbólico, intrínseco e instrumental (Behr et al., 2016), en la manera en que posibilitan impulsar carreras profesionales de artistas y agentes emergentes, pudiendo estimular la configuración de escenas e infraestructuras —humanas y materiales— en torno a un sistema de contenidos, estéticas y formatos más o menos comunes en el campo musical y audiovisual (Straw, 1991; Bennett & Peterson, 2004; Dowd, 2014; Magaudda, 2020). También, en algunos casos, como en Braga gracias al festival Semibreve, incluso son capaces de consolidar progresivamente un tejido profesional en torno a dicho campo cultural, configurando así un sector donde quizá aún no se había desarrollado (Colombo,

2017; Colombo & Richards, 2017; Fisker et al., 2019; Jarman, 2018, 2021; Richard & Jarman, 2021).

En la primera sección del capítulo he analizado, a través de los tres casos de estudio, en qué manera los festivales Semibreve, MIRA y ROBOT han influido en las carreras profesionales del equipo-motriz y los voluntarios, sobre todo en términos de oportunidades laborales y consolidación o posicionamiento de los perfiles profesionales en el sector de las industrias creativas, particularmente en la comunicación cultural, programación de contenidos y producción de eventos y espectáculos. En el caso específico del festival MIRA, el festival ha impulsado un progresivo proceso de legitimación de las personas y creativos al mando del festival, como profesionales de obligada referencia a nivel nacional en el campo de las artes digitales. Esto, ha generado, por un lado, que el festival se expanda hacia nuevos espacios, desarrollando incluso ciclos de programación continua en espacios bien equipados como IDEAL, además de recibir encargos para otros eventos, ferias o entidades privadas como hoteles y fundaciones. Por otro lado, justamente para responder a esta creciente demanda en materia de artes digitales, ambientes o experiencias inmersivas, gracias al impulso e impacto positivo del festival durante los más de 10 años de actividad, MIRA ha lanzado una célula empresarial, que funciona como consultoría y agencia de *booking* en torno a las artes digitales: representando a artistas digitales, comisariando y produciendo experiencias audiovisuales inmersivas.

En el caso del festival Semibreve, tan solo una persona de entre los principales, ha visto positivamente afectada sus carreras profesionales con una posición laboral estable y de repercusión en el campo de las políticas culturales y la producción cultural contemporánea. Pese a ello, no se puede considerar que el festival portugués haya tenido efectos directos relevantes en las carreras profesionales y laborales de los miembros del equipo motriz, puesto que todos ellos se dedican al festival de forma *amateur*, compatibilizando su función en el festival con su agenda laboral y profesional externa al festival.

En el caso del festival ROBOT, el único entre los estudiados que cuentan con un amplio sistema de voluntariado, se ha podido comprobar dos tipos de impacto recurrente en relación al perfil y grado de implicación de los voluntarios participantes en el festival. Si bien la mayoría de voluntarios son nuevos en cada edición, es habitual que un cierto número de personas repitan año tras año, ya que les permiten por un lado aprender capacidades en el ámbito de la organización y producción de eventos y espectáculos, y por otro, asistir y presenciar desde dentro en uno de los festivales de música electrónica y artes digitales de mayor relevancia nacional. También encontramos casos recurrentes en los que algunos voluntarios pasan al equipo de organización como miembros de la plantilla en las próximas ediciones, descubriendo de alguna manera sus capacidades para trabajar en el sector y abriéndose profesionalmente a otras organizaciones y festivales. Cabe señalar que de las 11 entrevistas realizadas al equipo-motriz y responsables de área de ROBOT, 4 personas, que actualmente trabajan para el festival en última fase de pre-producción y producción, comenzaron en el festival como voluntarios. Por lo tanto, cabe señalar que existe un índice de profesionalización en los perfiles técnicos y creativos —principalmente en comunicación y producción— gracias a las dinámicas de voluntariado impulsadas por el festival de cara a la celebración del evento-vitrina.

En la segunda y tercera sección he abordado diferentes formas y dinámicas de colaboración y la configuración de escenas, redes profesionalizadas, proyectos, coproducciones, programaciones colaborativas y proyectos “Europa Creativa”. En la última década, los proyectos Europa Creativa han supuesto un paradigma importante en la configuración de escenas translocales en el campo de la música electrónica, los nuevos medios, la intersección ciencia-arte-tecnología y la creatividad digital. En concreto, he explicado el papel y la importancia de redes y proyectos como We Are Europe, Re:Imagine Europe y Shape Platform, en relación a conceptos clave procedentes de los *Popular Music Studies* como “redes (musicales) profesionalizadas” (Costantini, 2020), la concepción del término “escena” (Bennett & Peterson, 2004; Straw, 1990; ver también Magaudda, 2020), o el concepto de “*showcase festival*”. En este sentido, una de las formas más habituales de participación, asociación y colaboración —entre otros festivales, agentes del sector, artistas, público— en los EMDAF tiene que

ver con los espacios de programación dedicados al *networking* y al intercambio profesional y comercial entre artistas, creadores, *promoters*, *bookers*, organizadores de festivales y otros agentes relevantes en el campo.

Aunque no podemos considerar a la mayoría de EMDAF “*showcase festivals*” (ver Ahlers, 2021; Brzozowska & Galuszka, 2023; Galuszka, 2022; Everts et al., 2021), sí desarrollan una labor de dinamización y promoción de artistas emergentes, pero sobre todo en términos expositivos y performativos, enfocando su actividad principalmente al público, en lugar de específicamente comerciales o enfocada al sector de personal técnico, profesional y artístico. De forma similar, algunos de los proyectos señalados enmarcados en los programas de apoyo a las industrias culturales europeas bajo “Europa Creativa”, pretenden justamente eso: consolidar el tejido profesional y artístico en el campo de las artes digitales y la música electrónica, poniendo particularmente el foco en los artistas y en los promotores y organizaciones impulsoras de festivales.

Por último, en la última sección, he analizado los efectos que los EMDAF pueden desarrollar en sus territorios en cuanto catalizadores de un tejido profesional en un sector fragmentado, o en la configuración o estructuración de un campo creativo o profesional en un lugar donde aún no se había desarrollado. Los conceptos de “*field-configuring event*” (Lampel & Meyer, 2008) y “*pulsar-event*” (Richards, 2015) nos sirven precisamente para explicar y analizar en qué manera este tipo de festivales pueden o no generar este tipo de efectos a medio o largo plazo.

Finalmente, tras explicar dichos conceptos, analizo en qué manera el festival portugués Semibreve ha funcionado y funciona como evento-motor y evento configurador de campo en la ciudad de Braga y zona norte de Portugal. Si bien Semibreve no es un punto de encuentro trascendental puesto que no hay que estar allí para conocer hacia dónde se dirige el sector, la percepción del valor instrumental del festival como detonante hacia una mejora radical de las políticas culturales de la ciudad es compartida por múltiples agentes culturales y turísticos de la ciudad. Los FCE encapsulan y dan forma al desarrollo de profesionales, tecnologías, mercados e industrias (Lampel & Meyer, 2008). En este sentido, Semibreve ha servido como actor social clave en las políticas y estrategias culturales municipales en Braga, como fuente de inspiración para una red de

eventos y festivales de similar formato y contenido —también alineados en el campo de la música electrónica y las artes digitales—, fomentando el desarrollo y consolidación del sector a nivel local, regional y nacional.

CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

En este último apartado expongo los resultados y conclusiones de esta tesis doctoral, repasando cómo he ido afrontando cada una de las cuestiones de la investigación. Siguiendo la estructura de la tesis doctoral a partir de los ocho capítulos que la componen, y clasificando las conclusiones de la investigación según la naturaleza conceptual o empírica de los resultados y argumentos emergentes, a continuación realizo un recorrido panorámico que repasa de forma acumulativa y consecencial los principales argumentos resultantes del estudio. Finalmente, comparto unas observaciones finales, señalando las limitaciones de la investigación y las posibles futuras líneas de investigación.

Haciendo un ejercicio de recapitulación, el propósito de esta investigación ha sido analizar y comprender en profundidad, desde una perspectiva preferentemente estética y organizativa, qué, cómo son y cómo funcionan los festivales de música electrónica y artes digitales (EMDAF) en el territorio europeo, cuál es su papel en nuestra sociedad y en qué manera influyen en las dinámicas de la producción cultural contemporánea, especialmente en los campos de la música electrónica y las artes digitales. En este sentido, el trabajo ha tratado de esclarecer el actual y creciente debate académico en torno a los festivales de artes y eventos culturales entendidos como catalizadores de innovación cultural y experiencias situadas para la creatividad, la expresión, la investigación y la práctica artística. Por lo tanto, para ello he analizado el funcionamiento de dichos festivales desde un punto de vista estético y organizativo, con el fin de ampliar la pregunta de investigación al papel que este tipo de festivales, como principal formato cultural situado, desempeñan en la evolución del campo de la música electrónica y las artes digitales a nivel europeo.

De forma más específica, cabe recordar cuáles han sido los propósitos que han permitido orientar y fundamentar la investigación a partir de la clara definición de las cuestiones de la investigación:

- Definir y categorizar los festivales de música electrónica y artes digitales, es decir,
- Conceptualizar y aclarar qué son y qué no son,
- Conceptualizar y aclarar qué comparten y cómo se diferencian de otros formatos culturales situados similares, como pueden ser las bienales, los simposios o las ferias profesionales y comerciales.
- Comprender cómo se están expandiendo en Europa y señalar elementos, factores y realidades clave para su expansión y consolidación.
- Analizar, identificar y subrayar el valor de este tipo de festivales en nuestra sociedad, en particular examinando su impacto en los campos de la música electrónica y las artes digitales.
- Desarrollar la investigación de forma dinámica, abordando primero una visión panorámica y exploratoria de la realidad, para después concentrar el estudio en un territorio específico a partir de una muestra combinada con varios casos de estudio.
- Afrontar la investigación desde una perspectiva organizativa y estética, poniendo el foco en la dimensión organizativa, en la dimensión comunicacional, en la dimensión situada y presencial, y en la dimensión instrumental de los festivales, entendidos como eventos de corta duración y como organizaciones estables dedicadas a la producción cultural.

A continuación, siguiendo la estructura de la tesis doctoral, presento los resultados y conclusiones resultantes de las cuestiones de la investigación, a partir de diferentes apartados presentados en forma de *highlights* o puntos destacados y divididos en dos grandes bloques, según su naturaleza teórica o empírica.

Resultados y conclusiones de naturaleza teórica, conceptual y analítica

Una revisión multidisciplinar del debate académico sobre el proceso de festivalización de la cultura y la evolución desde los festivales contemporáneos, que concluye con una definición de partida y contextualización de los Festivales de Artes Digitales (DAF).

En el primer capítulo he revisado el debate académico y la literatura científica en el ámbito de los festivales contemporáneos, principalmente desde los estudios socio-antropológicos, humanísticos y estéticos, y desde los estudios económicos de la cultura. De forma acumulativa, he presentado el ámbito general de la investigación a partir de dos nociones fundamentales para el estudio de los festivales contemporáneos en la actualidad como son “los festivales post-tradicionales” y la “festivalización de la cultura”. Posteriormente, he presentado el contexto de los festivales de artes digitales europeos, que nos ayuda a orientar, caracterizar y fundamentar teórica y analíticamente el objeto de la investigación. Tomando el festival Ars Electronica de Linz y el festival Sónar de Barcelona como principales referencias a nivel global en el campo, propongo una definición de partida para esta macro-categoría emergente —Festival de Artes Digitales (DAF)—, en continuo auge desde los años 2000 en toda Europa. De esta manera, el capítulo termina introduciendo el contexto en el que nacen y se expanden los festivales de artes digitales europeos, desde una perspectiva histórica, estética y simbólica: un contexto entre pistas de baile y el debate “ciencia-arte-tecnología-sociedad”, los espacios participativos para el New Media Art, y la evolución de la Electronic Dance Music Culture (EDMC) y el auge de los festivales de música electrónica a partir de la década de los años 90. En resumen, los resultados y conclusiones del capítulo han sido los siguientes:

- El estudio de festivales contemporáneos, en su mayoría concentrado en las últimas dos décadas, ha sido mayoritariamente abordado desde los estudios económicos de la cultura, principalmente desde los estudios en eventos y turismo, aunque también encontramos algunas aportaciones valiosas en los campos de la sociología cultural y los estudios sobre música popular.
- Si bien los festivales de música electrónica y artes digitales representan el formato principal para la difusión, muestra, intercambio y exposición de la práctica artística entre artistas, público, y profesionales en el ámbito de la creatividad digital, no existen referencias reseñables en los estudios estéticos o histórico-artísticos, más allá de referencias tangenciales provenientes del campo del comisariado artístico y la crítica de arte centrada en nuevos medios, el arte digital, las *New-Aesthetic* y las estéticas *post-*

internet o *post-digitales* (ver Cascone, 2001; Corby, 2005; Graham & Cook, 2010; Manovich, 2001; McHugh, 2009; Olson, 2010; Paul, 2016; Paul & Levy, 2015).

- Uno de los resultados conceptuales principales de este primer capítulo consiste en la elaboración de una definición de partida para la macro-etiqueta de “Festival de Artes Digitales” (DAF). Aquí podemos incluir los EMDAF, pero también otro tipo de festivales de naturaleza más académica o dedicados al pensamiento, investigación y práctica artística —más cercanos a los congresos y simposios, como por ejemplo el ISEA—, o bien, aquellos más focalizados en el diseño y la creatividad digital —como por ejemplo el OFFF—, o bien, aquellos más centrados en los nuevos medios y la práctica artística en el mundo del arte contemporáneo en torno a la intersección ciencia-arte-tecnología y sociedad —como por ejemplo el Ars Electronica—. Debido a la laguna teórica y analítica en torno al uso de diferentes términos y categorías para referirnos a este tipo de festivales, esta definición orienta e ilumina esta línea de investigación en continuo auge, subrayando además el tono organizativo e institucional de estos festivales, más allá de su evidente naturaleza performativa y situada basada en el evento de corta duración.
- En resumen, la definición de partida de los festivales de artes digitales, elaborada para orientar y fundamentar teórica y analíticamente el objeto de estudio de la investigación, se ha formulado tal y como sigue:
 - Los festivales de artes digitales son organizaciones que se reconocen a sí mismas como festivales; es decir, no se consideran solamente ni eventos ni otro tipo de formatos relativamente similares como las bienales, jornadas o certámenes.
 - Activan un debate vivo y promueven prácticas participativas en torno a la creación contemporánea de identidad digital, tales como los formatos audiovisuales, la música electrónica.
 - Ponen en práctica una clara voluntad innovadora y de experimentación hacia nuevas formas y experiencias de visionado, interacción, participación, baile y escucha para los públicos.
 - Sirven como catalizadores y puntos de encuentro entre el público, la comunidad de artistas, los profesionales del sector.

- De entre todas las referencias bibliográficas revisadas y comentadas en el primer capítulo, destacan tres como faro y guía principal en el ámbito de los festivales contemporáneos: los paquetes de trabajo del proyecto europeo de investigación *EURO-FESTIVAL (Art Festivals and the European Public Culture)*, realizado entre 2008 y 2011, coordinado por la Universidad de Sussex; el volumen *Festivals and the Cultural Public Sphere*, editado por Giorgi, Sassatelli y Delanty en 2011; y el volumen *The Festivalization of Culture*, editado por Bennett, Taylor y Woodward en 2014.

Un diseño conceptual en dos niveles a partir de la noción de festivalscape: festivales entendidos como eventos-vitrina, situados y de corta duración; pero también como organizaciones, con una vida institucional y activas durante todo el año.

En el segundo capítulo he presentado las principales aportaciones científicas de la investigación, e índole conceptual, analítica y teórica:

- He elaborado el marco definitorio del objeto de estudio, categorizando los Festivales de Música Electrónica y Artes Digitales. Los puntos principales son:
 - Los EMDAF son un tipo de festival contemporáneo, reconocidos y autodefinidos como festivales, en auge desde la década de 1990, especialmente entre los años 2005 y 2025, con particular presencia en Europa, caracterizados por hibridar contenidos de música electrónica de baile con otros formatos, experiencias y contenidos típicos del arte digital, los nuevos medios y la creación digital audiovisual.
 - Su principal diferencia con otros festivales contemporáneos y festivales de artes digitales reside mayormente en la dimensión estética y los tipos de contenidos ofrecidos, desde una perspectiva preferentemente performativa, que prioriza la exposición, muestra, visionado, baile y participación activa en torno a la práctica artística emergente en los campos de la música electrónica y la creatividad digital.
 - A nivel organizativo, los EMDAF suelen ser organizaciones independientes y, si bien son reconocidos típicamente por sus eventos de corta duración, cultivan una

vida institucional y comunicativa que se vuelve clave para la consolidación económica de su actividad profesional como organizaciones dedicadas a la producción cultural.

- En términos de impacto, valor de red y valor instrumental, estos festivales pueden servir de catalizador y punto de encuentro entre artistas, público y profesionales del sector, de forma similar a los *showcase festivals* (Galuszka, 2022), impulsando el desarrollo de escenas (Bennett & Peterson, 2004), redes profesionalizadas (Costantini, 2020), o funcionando incluso como *pulsar-events* (Richards, 2015) o *field-configuring events* (Lampel & Meyer, 2008), estimulando la configuración de un sector en un territorio donde aún no se había desarrollado.
- He revisado el debate académico y la literatura científica sobre el concepto de *festivalscape*, elaborando una reflexión crítica sobre su concepción limitada a la dimensión situada, presencial y cortoplacista de un evento o festival.
- He expandido la noción de *festivalscape* a partir del marco definitorio planteado, integrando la dimensión comunicacional y la vida institucional que los EMDAF ponen en práctica a lo largo de todo el año, como parte fundamental del *festivalscape*: entendiendo los EMDAF no solo como eventos situados y presenciales de corta duración, sino como estructuras organizacionales permanentes. Es decir, si entendemos por *festivalscape* el complejo aparato comunicativo a través del cual los festivales justifican y defienden su identidad y autenticidad, no podemos limitar el estudio de dicho *festivalscape* únicamente a los dos o tres días de duración del evento. Debido a que un festival promociona, comunica, publicita sus actividades durante todo el año con el objetivo final de comercializar entradas exitosamente; y cultiva una vida institucional —con instituciones públicas locales, regionales, nacionales y europeas, con *partners* y patrocinadores, con otros festivales y organizaciones de sectores próximos, etc.—, que resulta esencial en la consolidación de su actividad económica y profesional, resulta imprescindible integrar todas estas prácticas expandidas a lo largo del calendario anual como parte clave del *festivalscape*.
- He elaborado la categoría analítica “evento-vitrina”. Aunque encontramos términos similares en la comunidad académica como *showcase event* o *showcase festival*,

ninguno de estos términos es capaz de cualificar la naturaleza organizativa estable de los festivales, sino que siguen poniendo el foco únicamente en la dimensión presencial, situada y cortoplacista del evento. Si bien la noción de “festival escaparate” caracteriza una parte de la naturaleza de los EMDAF, sigue interpretando exclusivamente los festivales como eventos de corta duración. En respuesta a esto, la noción “evento-vitrina” hace referencia al evento principal del calendario anual de un festival determinado, sirviendo para diferenciar el evento principal del resto de actividades y prácticas más pequeñas que los festivales celebran y organizan a lo largo del año, que suelen requerir una menor cantidad de esfuerzo y recursos y, en consecuencia, generan un menor impacto. Por otro lado, el uso del término “vitrina” matiza y cualifica la relación del evento principal con otras actividades, prácticas y eventos paralelos, “que no están en la vitrina, porque no brillan tanto”. El diálogo entre la noción emergente de evento-vitrina, que representa la naturaleza situada y performativa de los festivales entendidos como eventos de corta duración, junto a la expansión del término *festivalscape* hacia la dimensión comunicacional y la vida institucional que los festivales ponen en práctica durante el resto del año, es clave para la comprensión de los EMDAF, funcionando como pilar analítico y conceptual de la investigación.

- En consecuencia, he generado un diseño conceptual a dos niveles a partir de la noción de *festivalscape*: por un lado, 1) los EMDAF y sus *festivalscapes* deben abordarse desde una perspectiva organizativa, que ponga en el foco las estructuras organizativas, la dimensión económica y la vida institucional, así como la dimensión comunicacional que los festivales ponen en práctica durante todo el año; por otro lado, 2) los EMDAF y sus *festivalscapes* deben abordarse desde una perspectiva estética, situada y material, que ponga en el foco los contenidos, las programaciones, los formatos y experiencias, el personal, los servicios y el resto de elementos clave que configuran lo que conocemos como evento-vitrina.
- Por último, en el segundo capítulo emergen una serie de herramientas analíticas y anclajes teóricos de necesaria referencia, entre los que destacan:
 - La perspectiva de la producción cultural y las seis facetas de la producción cultural (Peterson, 1976, 1994, 2000; Peterson & Anand, 2004; ver también Anand, 2000; DiMaggio, 2000; Dowd, 2007; Santoro, 2008).

- Los campos organizacionales (DiMaggio & Powell, 1983; Scott, 1995), campos de acción estratégicos (Fligstein & McAdam, 2012), los eventos motores (Richards, 2015) y los eventos configuradores de campo (Lampel & Meyer, 2008; Colombo, 2017; Colombo & Richards, 2017).
- La evolución y revisión de la noción de “escenas” (Bennett & Peterson, 2004; Bennett & Rogers, 2016; Costantini, 2020; Straw, 1991).
- Las nociones de “*festivalscapes*” (Lee et al., 2008; De Geus et al., 2016; Mason & Paggiaro, 2012; Morgan, 2008, Pegg & Patterson, 2010).
- La categoría analítica emergente del estudio evento-vitrina (Reyes-Criado, 2023).

Metodología cualitativa combinada: entre la documentación estructurada de amplio espectro y la investigación de campo multisituada a partir de tres casos de estudio.

- Para abordar los propósitos de la investigación, he articulado el estudio de forma híbrida entre la exploración panorámica y el análisis en profundidad a partir de tres casos de estudio, planificando tres fases de investigación. Con este diseño de la investigación afronto dos aspectos principales: por un lado, cubrir las lagunas académicas en el ámbito de los festivales de artes digitales; y por otro, fundamentar y enraizar el diseño de la investigación y el marco teórico en el propio terreno de estudio, es decir, de forma calada y participada en el campo de estudio, siguiendo el enfoque metodológico propuesto por la *Grounded Theory* o “Teoría Fundamentada” (Charmaz, 2006).
- El diseño de la investigación combina el trabajo de documentación estructurada con la investigación empírica en el propio terreno de estudio. En una primera fase se han mapeado los festivales de artes digitales en Europa, generando un listado de más de 50 festivales. Aunque este resultado tiene un carácter procesual y se interpreta como material de investigación en bruto, ha servido para orientar el estudio en términos de definición, conceptualización y categorización del objeto de estudio, dada la laguna académica existente. A continuación, he seleccionado una muestra de 10 festivales. Tras analizar material documental y de archivo de esta muestra, se han realizado entrevistas en profundidad semi-estructuradas a directores o representantes de dichos festivales, además de visitas presenciales al campo con el objetivo de realizar observación participante y documentación estructurada *in situ*. Finalmente, he completado el diseño

de la investigación de campo a partir de tres casos de estudio en el sur de Europa: el festival Semibreve de Braga, el festival MIRA de Barcelona, y el festival ROBOT de Bologna.

- Ha sido fundamental la complementariedad y compatibilidad de las dos primeras fases de la investigación, que sin duda aportan la riqueza de la visión poliédrica y panorámica sobre el ámbito de estudio, sobre todo en términos de caracterización, conceptualización y categorización teóricamente fundamentada del objeto de estudio. Otra ventaja de este diseño de la investigación es el grado de compensación ofrecido por la muestra combinada, yendo desde un mapeo más superficial, pero de más de 50 festivales, a una selección de 10 festivales estudiados más en detalle, y hasta los 3 casos de estudio que analizo en profundidad. Esto ha permitido compensar las diferencias con respecto a las facilidades o dificultades de acceso al campo, como también compensar la posible ausencia de documentación comunicacional, o las visitas presenciales que de forma inesperada se pueden volver complicadas de desarrollar por falta de disponibilidad del personal a entrevistar durante las fechas señaladas para la realización de las entrevistas.

Resultados y conclusiones de naturaleza empírica, pragmática e instrumental

(R.Q.1). Analizando los EMDAF como eventos de corta duración a partir de la dimensión situada, estética y material que caracteriza la naturaleza viva y performativa de sus eventos-vitrina.

En este primer capítulo de base empírica he abordado la primera cuestión de la investigación: ¿Cómo son y cómo funcionan, a nivel estético, material y situado, los EMDAF? Por lo tanto, este capítulo tiene la función de caracterizar, describir, explicar y analizar en profundidad qué son y cómo funcionan los festivales de música electrónica y artes digitales, desde una perspectiva situada, estética y material que caracteriza la naturaleza viva y performativa de sus eventos-vitrina, afrontando las siguientes cuestiones: ¿De qué manera influye la dimensión estética y situada del evento en la

identidad del festival? ¿En qué manera sus contenidos, sus espacios, las experiencias de participación y la interacción del público, o sus infraestructuras, definen la identidad del festival y su reconocimiento público como organizaciones culturales?

- En términos de formatos y tipos de espacios, podemos concluir lo siguiente:
 - Generalmente, la mayoría de eventos-vitrina de los festivales de música electrónica y artes digitales se caracterizan por ser urbanos, y de pequeño —entre 2000 y 5000 personas— o mediano formato —entre 5000 y 15000 personas—.
 - Debido a su naturaleza estética, derivada de la cultura de la música electrónica de baile, los horarios de la programación suelen extenderse hasta altas horas de la madrugada, haciendo que a menudo este tipo de festivales se celebren en espacios acondicionados para ello o relativamente periféricos, como espacios feriales, de congresos o similares.
 - También es común que programen actividades en espacios no convencionales o emblemáticos de la ciudad —tanto conciertos y performances, como charlas y talleres—, como por ejemplo en iglesias, antiguos complejos fabriles, naves industriales o aulas magnas de universidades, que a menudo sirven como actos de inauguración, normalmente de acceso gratuito. En este sentido, la selección y distribución de espacios se convierte en un elemento clave en la configuración del *festivalscape* y uno de los principales ingredientes en la justificación de la autenticidad e identidad única de este tipo de festivales.
 - A menudo, los EMDAF, como en el caso del festival catalán MIRA o del festival italiano ROBOT, integran parte de la programación nocturna en clubes musicales consolidados en la ciudad, con el objetivo de expandir la programación a otros lugares, otros públicos y horarios más laxos, hasta altas horas de la madrugada.
 - En conclusión, los dos formatos principales son el multisituado, difuso y expandido en varias localizaciones y espacios de la ciudad, a menudo relativamente cerca entre sí; y el formato de tipo recinto, desarrollándose la gran mayoría de actividades, de forma concentrada, en un macro-espacio, que contiene a su vez múltiples salas o espacios para los contenidos y servicios del evento. Sin embargo, estas clasificaciones deben comprenderse de forma flexible, ya que, por ejemplo, el festival ROBOT de Bologna funciona con un formato mixto, desarrollándose en

múltiples espacios de la ciudad, pero manteniendo un espacio de referencia principal que alberga normalmente en torno al 60% de la programación.

- En términos de programación y contenido:
 - En términos estéticos y estilísticos, los EMDAF se caracterizan por impulsar programaciones que hibridan las estéticas musicales más emergentes con figuras de la cultura de la música electrónica de baile consolidadas a nivel mundial.
 - Una de las referencias clave que caracteriza las dinámicas de la práctica artística en la escena de la música electrónica emergente o avanzada es la categoría de *conceptronica*, acuñada por Simon Reynolds en octubre de 2019.
 - Otra de las características clave de los EMDAF en términos de programación es la integración de otro tipo de contenidos participativos, como charlas, conferencias o talleres. Si bien no repercuten de forma notable en el presupuesto, por ejemplo festivales como ROBOT impulsan de forma estable un área de programación infantil y juvenil, un espacio para la reflexión crítica, que sirve además para escuchar y conocer las perspectivas profesionales y personales de los artistas en el campo.
 - También es habitual encontrar contenido expositivo, principalmente audiovisual, tales como proyecciones o video-instalaciones. Festivales como MIRA programa de forma estable instalaciones de gran formato, por ejemplo, en robótica aplicada o diseño de iluminación avanzada, además de uno de sus elementos identitarios: el domo geodésico que alberga las proyecciones inmersivas a 360°.
 - En términos estéticos, dependiendo del festival en concreto, a veces encontraremos una categorización y etiquetado de las actividades y contenidos más precisa y otras veces más generalista. Las principales etiquetas al respecto son: *djset*, *live*, *live A/V*, videoproyecciones, charlas, instalaciones artísticas y performances.
 - A pesar de la diversificación relativamente equilibrada en los tipos de contenido y actividades, al analizar el número de personas participantes y el reparto presupuestario según el tipo de contenido, se observa un protagonismo radical sobre los contenidos musicales en relación al resto de actividades.

- Con algunos matices y dependiendo de la naturaleza específica de cada festival, en todos los casos los contenidos musicales representan la disciplina y lenguaje principal. Por lo tanto, los festivales de música electrónica y artes digitales (EMDAF), a diferencia con otros tipos de festivales de artes digitales, se caracterizan por su particular balance entre diferentes disciplinas, formatos y experiencias, priorizando aquellas derivadas de la cultura de la música electrónica de baile de la mano de nuevas tendencias y estéticas como la *conceptronica*, frente a otras prácticas más relacionadas y centradas en el ámbito del "arte digital" (véase Paul, 2016) y new media art (Quaranta, 2010).
- En términos de audiencias, públicos y experiencias de consumo:
 - La percepción del evento por parte del público es uno de los puntos argumentativos clave en la noción de *festivalscape*, que tiene que ver con las personas que conviven, participan y consumen *in situ*, en el evento, de forma presencial, en la llamada *event-experience* o *festival-experience* (De Geus et al., 2016; Morgan, 2008; Richards, 2019; ver también Reyes-Criado, 2023). Pero también, además de los usuarios, debemos tener en cuenta el personal que trabaja y todos los aspectos y relaciones entre personal y servicios ofrecidos en el evento, ya que determinarán en buena parte el grado de satisfacción del público asistente y la satisfacción con respecto a la forma estar presente —de forma confortable— durante el desarrollo del evento.
 - Los espacios son una pieza clave en la configuración de los diferentes ambientes, al igual que los propios contenidos y la forma de estar y participar del público. En este sentido, es habitual que este tipo de festivales cuenten con espacios de descanso, a veces también al aire libre, cercanos a los puntos de bar y *foodtrucks*. Estos espacios son clave para la sociabilización del público, puesto que, de media, más de un 20% del tiempo que el público pasa en el evento lo hace en este tipo de espacios.
 - Al analizar cuantitativamente cómo se distribuye el flujo de asistentes según los diferentes horarios y cuáles son los momentos pico, se observa que las franjas de mayor afluencia son las noches del viernes y del sábado, sobre todo entre las 22

de la noche y las 4 de la madrugada, coincidiendo además con aquellos contenidos más enfocados a la pista de baile.

- Con respecto a las edades y targetización de los públicos, la edad media suele superar los 30 años y en algunos casos alcanza los 35 años.
 - Dependiendo de la localización y distribución del resto de actividades de la programación —instalaciones artísticas, proyecciones audiovisuales, charlas y conferencias—, habrá una mayor o menor cantidad de personas que disfruten de forma orgánica de dichas actividades. Por ejemplo, en las últimas dos ediciones del festival MIRA o en la última edición del festival ROBOT, ambos festivales han optado por situar las instalaciones artísticas en sitios de paso obligado del público, lo que ha propiciado una gran interacción y participación en torno a dichos contenidos. Sin embargo, cuando el público tiene que desplazarse a un espacio específico para visitar una instalación artística en particular, o para asistir a una mesa redonda, la afluencia de público se ve radicalmente mermada.
 - Por último, cabe señalar que la presencia del consumo de estupefacientes en este tipo de festivales supone entre un 20 % y un 30 % de media. De hecho, queda comprobado cómo los organizadores de los EMDAF gestionan de forma meditada elementos clave como los contenidos programados en relación a los horarios, de cara a gestionar de forma eficaz y consciente los impactos en los tipos de consumos. En este sentido, de forma más o menos compartida, los EMDAF analizados perciben la inclusión de contenidos y formatos demasiado cercanos al *clubbing* como un riesgo para el festival.
- En términos de servicios, infraestructuras materiales y personal:
 - Por norma general, casi todos los EMDAF ponen en práctica una herramienta comunicativa para trasladar con antelación a su público el elenco de infraestructuras, servicios y condiciones de uso que encontrarán en el evento-vitrina: las llamadas F.A.Q, que solemos encontrar tanto en las páginas webs oficiales como en las redes sociales como en los boletines informativos o *newsletters* generados por los propios festivales.
 - Las dimensiones espaciales son un factor determinante de cara al diseño y montaje de infraestructuras materiales y, por lo tanto, repercuten de forma directa en el

número de personas que trabajan durante el evento, sobre todo en términos de control de accesos, seguridad y servicios de restauración.

- En términos de servicios y espacios, es habitual encontrar al menos una zona amplia para el descanso y el consumo de comida y bebida. Además, es frecuente que los EMDAF cuenten con otros puntos gestionados directamente por la organización, por ejemplo, el punto de información, donde a menudo se ofrece material promocional y productos de *merchandising*. Sin embargo, es poco frecuente, excepto por ejemplo los macro-festivales como Sónar, que los EMDAF cuenten con otros puntos de venta y distribución de productos de otras compañías o negocios externos.
- Por norma general, habitualmente la organización del festival solo gestiona los puntos de bebida, externalizando el servicio de comida a través de varios puntos gastronómicos o *foodtrucks*. En la mayoría de los casos, estos puntos funcionan exclusivamente durante la duración del evento-vitrina.
- La decoración no tangible, especialmente las instalaciones lumínicas y proyecciones, tienen un papel importante en las atmósferas y ambientes visuales del evento. También son habituales las instalaciones corporativas corpóreas a modo de *photocall*, normalmente con el logotipo del festival, así como grandes vallas corporativas con la programación del festival, donde normalmente visualizamos también el elenco de patrocinadores y colaboradores del festival.
- El personal de seguridad y de control de accesos, de limpieza y el personal que trabaja en los puntos de venta de bebidas, suponen buena parte del personal externo contratado durante los tres o cuatro días del evento-vitrina. Le siguen, el personal de producción y producción técnica, además del voluntariado cuando lo hay.

(R.Q.2.). Analizando las estructuras y dinámicas organizativas internas de los EMDAF entendidos como organizaciones estables y activas durante todo el año

En este segundo capítulo de base empírica he abordado la segunda cuestión de la investigación: ¿Cómo son y cómo funcionan, a nivel organizativo y estructural los EMDAF? Por lo tanto, este capítulo tiene la función de caracterizar, describir, explicar y

analizar en profundidad cómo funcionan los festivales de música electrónica y artes digitales, a partir del *millieux* organizativo interno, de puertas para adentro, que este tipo de festivales ponen en práctica a lo largo de todo el año. En síntesis, el foco de análisis en este capítulo ha versado sobre el núcleo-motriz de la organización, es decir, el pequeño equipo de personas que promueven y dirigen el festival; pero también, de forma más panorámica, sobre las formas de organización y estructuración de las tres áreas o departamentos principales —dirección, producción y comunicación—; los ritmos de trabajo; hacia el resto de infraestructura humana y personal presente en la organización; y el voluntariado. Los resultados clave emergentes son los siguientes:

- Todos los EMDAF están compuestos por un pequeño núcleo-motriz: ese grupo pequeño de personas, normalmente entre dos y cinco, que hacen que sea posible el festival. A menudo el núcleo-motriz coincide con las personas fundadoras de la organización y son la razón de ser del festival. El núcleo-motriz, de forma colectiva, transversal y compartida, activa, dirige, coordina y supervisa el progresivo desarrollo del ecosistema de discursos, contenidos y formatos —de significados y significantes— que articulan la identidad y autenticidad por la que es reconocido un determinado festival, a saber, el *festivalscape*.
- La noción de núcleo-motriz es importante porque retrata la naturaleza independiente de la gran mayoría de los EMDAF europeos. Es una noción recogida del campo profesional, ya que no se han encontrado elaboraciones académicas similares para referirse al equipo de personas impulsoras de los festivales; si bien, el término núcleo-motriz ha emergido bajo varias acepciones durante las entrevistas en profundidad realizadas en diferentes festivales: como “equipo principal”, como “núcleo principal”, como “equipo motriz”, como “grupo base”, como “grupo clave”.
- Por norma general, los festivales de música electrónica y artes digitales no son asociados a iniciativas institucionales o políticas culturales públicas, de ayuntamientos, entidades locales o administraciones públicas. Sin embargo, de naturaleza mayormente independiente, los EMDAF son percibidos socialmente como organizaciones culturales más o menos innovadoras, independientes y autónomas, a menudo como únicas responsables de ofrecer espacios, voz y experiencias para las estéticas, contenidos y formatos emergentes en los campos de la música electrónica y las artes digitales.
- Como la gran mayoría de festivales semi-profesionalizados, los EMDAF cuentan con tres grandes áreas de trabajo: dirección —artística y general—, producción y comunicación.

- La forma y estructura organizativa suele ser una jerarquía piramidal, aunque con un claro liderazgo compartido y colectivo entre todos los miembros del núcleo-motriz. Es decir, el liderazgo del festival, tanto del evento-vitrina como de la organización y su actividad anual, no recae en una única persona, sino que es compartida y articulada de forma horizontal y colectiva a través de las tres, cuatro o cinco personas que configuran el núcleo-motriz, desarrollando así una modalidad organizativa de liderazgo compartido y colectivo.
- Por lo general, la mayoría del personal del núcleo-motriz no trabaja a tiempo completo para el festival, ni siquiera los responsables de la dirección artística y dirección general, a pesar de desarrollar carreras profesionales afines al sector de la música electrónica y las artes digitales. Entre los perfiles profesionales más habituales encontramos aquellos en comunicación y marketing digital aplicado al sector cultural, el sector del turismo, ocio y eventos, así como en la administración y gestión de empresas y la informática y el desarrollo e implementación de últimas tecnologías.
- Dentro de la estructura organizativa, también hay otras áreas que, si bien no son parte de la estructura organizativa estable del festival, sino personal externo contratado ex profeso para la celebración del evento-vitrina, resultan también fundamentales para el desarrollo exitoso de este último: el área de hospitalidad, el área de seguridad y vigilancia o limpieza, y las organizaciones activas en prevención del daño en ambientes de ocio nocturno.
- En relación al voluntariado, aunque para festivales como ROBOT significa una herramienta de apoyo importante en la realización de tareas concretas, principalmente durante la celebración del evento-vitrina, no es una característica habitual en la naturaleza organizativa de la mayoría de los EMDAF estudiados. Sin embargo, cabe señalar el efecto catalizador que la experiencia de voluntariado genera en las carreras profesionales de algunas personas que participan como voluntarios en el festival ROBOT.

(R.Q.3). Tickets, patrocinios, colaboraciones y subvenciones: analizando la dimensión económica y la vida institucional de los EMDAF entendidos como organizaciones estables y activas durante todo el año.

El objetivo de este capítulo ha sido analizar las formas y dinámicas organizativas e institucionales, es decir, de puertas para afuera o de forma pública, que los EMDAF ponen en práctica a lo largo de todo el año, respondiendo por lo tanto a la tercera cuestión de la investigación: ¿cómo funcionan los EMDAF a nivel económico? ¿Cuál es el papel de la vida institucional de los EMDAF y en qué manera afecta a su estabilidad como organización dedicada a la producción cultural? Los resultados emergentes han sido los siguientes:

- Los EMDAF cultivan durante todo el año un flujo de relaciones —con *partners*, con patrocinadores y empresas del sector y otros sectores próximos, con las instituciones locales, regionales, estatales, con proyectos y redes internacionales—, que conocemos como vida institucional, con un doble propósito: financiar su actividad profesional de forma exitosa y legitimar su posición como organizaciones clave para la producción cultural contemporánea y la creación artística en los campos de las artes digitales y la música electrónica; es decir, como organizaciones de gran valor —cultural, simbólico e instrumental— en las sociedades en las que cohabitan.
- En términos de diseño presupuestario y formas de financiación, los resultados indican:
 - La mayoría de los EMDAF, si bien el festival SEMIBREVE es una excepción, obtienen al menos el 50 % de sus ingresos de su propio público —tanto a través de la venta de entradas como a través de la venta de productos y servicios durante el festival, principalmente bebidas, y en menor medida, *merchandising*—. Por lo tanto, la comercialización directa de entradas y productos durante los eventos-vitrina supone en la mayoría de los casos la principal fuente de ingresos.
 - Los ingresos procedentes de entidades públicas —subvenciones y ayudas u otros convenios específicos procedentes de organismos locales y regionales, nacionales o internacionales— es una parte importante de la dimensión económica de los EMDAF, y suponen entre el 15 % y el 30 % en la mayoría de los casos.
 - Los patrocinadores no suelen ocupar un rol fundamental, debido al carácter más experimental y emergente de este tipo de festivales, así como a su moderado impacto económico y en términos de visibilidad, debido a sus pequeñas o medianas dimensiones.

- Sin embargo, los *partners* y colaboradores asociados a los EMDAF son figuras clave para la consolidación de estas organizaciones y sobre todo para la celebración exitosa de sus eventos-vitrina. En general, encontramos una relación beneficiosa y recíproca entre *partners* y festivales: los primeros se benefician al proyectar su marca en realidades culturales importantes con una cierta visibilidad y repercusión y en muchos casos, con un impacto notable en determinados campos culturales y comunicacionales; por otro lado, los festivales hacen ver a la sociedad que su organización está situada y participada en el territorio, que interactúa de forma exitosa en varios sectores y es apoyada por multitud de entidades, lo cual ayuda también a legitimar la marca del festival y la propia actividad de la organización.
- En términos de diseño presupuestario, el reparto de los gastos y las inversiones de los EMDAF sigue el esquema de los tres macro-bloques de la mayoría de festivales semi-profesionalizados en espacios dedicados: en términos generales, un 40 % se dedica a la programación y dirección artística, un 40 % para producción, montaje y personal, y un 20 % para comunicación, dependiendo de cada caso.
- En términos de relaciones externas y vida institucional, las conclusiones son las siguientes:
 - De entre todas las relaciones institucionales, destaca el papel de los proyectos impulsados por el programa Europa Creativa.
 - Estos proyectos, como por ejemplo Shape Platform, We Are Europe, Re:Image Europe o INES, desarrollan un importante papel como elementos configuradores de los campos de la música en directo, la música electrónica, las artes audiovisuales y la creatividad digital. Dependiendo de la naturaleza específica de cada proyecto, por lo general, actúan como puntos de encuentro entre artistas y organizaciones o festivales, sirviendo además de mediadores y facilitadores, a modo de agencias de *booking*, estimulando nuevas producciones artísticas e impulsando las carreras profesionales de muchos artistas. Además, dependiendo del proyecto, ofrecen un apoyo importante en la financiación de los EMDAF y en accesibilidad a recursos clave en términos de comunicación y visibilidad, posicionamiento y repercusión internacional en el campo.

- Sin embargo, algunos miembros clave en la organización de algunos festivales estudiados, como por ejemplo Semibreve, han señalado que estas redes y proyectos europeos, en particular Shape Platform, pueden suponer un riesgo de estandarización y pérdida de autenticidad para algunos festivales, en cuanto estimulan la participación de una selección concreta de artistas de forma repetida a lo largo de la escena europea de EMDAF.
 - Además, muchos EMDAF suelen colaborar y buscar alianzas en otras entidades públicas y privadas, por ejemplo, universidades u otras redes institucionales a nivel global, como la red de Ciudades Creativas de la UNESCO.
- Al analizar la dimensión económica y formas de financiación de los EMDAF, destaca también el rol fundamental de las políticas culturales públicas y de las estructuras de apoyo procedentes de instituciones gubernamentales, tanto locales, como regionales y nacionales, principalmente en forma de subvenciones —en su mayoría de pequeña o mediana escala y en régimen anual—.
- Por último, he analizado de qué manera la vida institucional y todas estas prácticas necesarias para afrontar la dimensión económica de los festivales, afectan al núcleo-motriz y a las personas responsables de la organización, en términos de vida profesional, ritmos de trabajo y calendario laboral, resultando lo siguiente:
 - Las gestiones derivadas de las relaciones y acuerdos de patrocinio y colaboración son fundamentales y pueden expandirse a lo largo del año o conllevar gestiones puntuales, según la importancia y el rol del patrocinador o entidad colaboradora en cuestión.
 - La concurrencia en programas de ayudas, subvenciones, así como programas y proyectos europeos, requiere un compromiso constante —tramitaciones, subsanaciones, reformulaciones— que repercute en el desarrollo de memorias de ejecución de las actividades, paquetes de trabajo y documentos de seguimiento sobre la actividad anual de la organización, lo cual exige personal cualificado dedicado de forma estable a estas labores.
 - A menudo, la gestión y administración de la vida institucional de los EMDAF suele recaer en la figura del director general, normalmente principal responsable del

festival, como parte clave del núcleo-motriz y a menudo miembro fundador del festival.

En conclusión, aunque los EMDAF suelen nacer independientes, cultivar unas adecuadas relaciones institucionales y concursar por subvenciones públicas, suelen convertirse en instrumentos clave e imprescindibles para la consolidación y el desarrollo exitoso de los propios festivales, tanto en términos de financiación, como de cara a los procesos de legitimación de este tipo de festivales como espacios naturales para el intercambio y muestra de las expresiones y la práctica artística en los campos de la música electrónica y las artes digitales.

(R.Q.4). Analizando cómo se comunican los EMDAF: integrando las prácticas comunicacionales de los EMDAF como vehículo de identidad y autenticidad y configurador del festivalscape.

El objetivo de este capítulo ha sido analizar y comprender en profundidad en qué manera y con qué herramientas los EMDAF defienden y justifican a lo largo de todo el año su identidad y autenticidad. Más concretamente, en este capítulo afronto la cuarta cuestión de la investigación: ¿cómo funcionan los EMDAF a nivel comunicativo? ¿En qué manera la comunicación de un festival influye en su identidad y en cómo los reconocemos públicamente? En consecuencia, he estudiado los diferentes canales de comunicación y los principales elementos comunicacionales, los textos, discursos, contenidos audiovisuales y técnicas comunicativas variadas, priorizando cuatro: las páginas webs y la identidad visual corporativa, las redes sociales, las herramientas de email marketing y las *newsletters* y el papel de los medios especializados. Los resultados emergentes son los siguientes:

- El primer paso de cualquier campaña de comunicación de un EMDAF suele ser el diseño y elaboración de una nueva identidad visual, que suele renovarse edición tras edición, para un mayor efecto sorpresa en el público. En este sentido, la identidad visual corporativa es un elemento esencial del *festivalscape* del festival, funcionando como gancho clave y principal vía de atracción a los contenidos, experiencias y servicios

ofertados en la próxima edición del evento-vitrina. A partir de esa identidad visual corporativa, cualquier EMDAF ejecuta diferentes niveles y canales de comunicación.

- En relación con las páginas webs:
 - Cada vez más interactivas, atractivas y *responsive*, las páginas webs de los EMDAF funcionan como base operacional desde donde se coordinan todos los canales de comunicación específicos, desde la presentación de la programación, horarios, espacios, servicios y otras informaciones clave sobre el evento-vitrina, sección de noticias, archivo, *hub* de material fotográfico y textual para prensa, suscripción a *newsletter*, tienda de *merchandising*, etc.
 - Todas las páginas webs tienen en común la expresión escrita, la narración y articulación de textos como elemento configurador clave, así como contenidos fotográficos y audiovisuales que ayudan a complementar la línea editorial y el estilo identitario del festival.
 - Además de la venta de entradas e informaciones múltiples en relación al propio festival y su gran evento-vitrina, funcionan como gran *hub* y plataforma de todos los agentes y actores vinculados al festival, desde artistas a profesionales y *stakeholders*, *partners*, etc.
- En relación con las redes sociales:
 - Las redes sociales de los EMDAF son fundamentales para cultivar una relación positiva y generadora de *engagement* entre el público y los festivales, sirviendo de portales ideales para crear amplias comunidades de seguidores a partir de una oferta de contenido atractivo.
 - Además, las redes sociales sirven como canales fundamentales en la promoción y publicidad de los eventos-vitrina de los EMDAF, sirviendo de herramientas principales en las estrategias de marketing enfocadas a la comercialización de entradas para los eventos-vitrina de los EMDAF.
 - Gracias a la facilidad de uso y la optimización de las herramientas —por ejemplo, targetización de públicos— de las principales redes sociales —en concreto Meta Business Suite—, muchos EMDAF pueden gestionar de forma autónoma sus

redes sociales y buena parte de la publicidad pagada para promocionar la venta de entradas para sus eventos.

- En relación con *email marketing* y las *newsletters*:
 - Son el principal canal de comunicación escrita, formal y directa entre los festivales y su público.
 - No son una estrategia central en la captación de nuevo público para los EMDAF, pero el tono directo y personalizado, la posibilidad de redactar creativamente los contenidos —añadiendo múltiples hipervínculos y botones CTA—, los envíos continuados a lo largo del año —a menudo con varios envíos cada trimestre—, así como sus potenciales herramientas de automatización de la información y segmentación de públicos, hacen de las *newsletters* una estrategia clave para la conversión y fidelización del público.
- En relación con los medios especializados:
 - Son un elemento fundamental en las estrategias de comunicación de los EMDAF, imprescindibles en los procesos de articulación de discursos y narrativas hacia la comunidad de fans y seguidores de las escenas de la música electrónica y la cultura digital.
 - En su mayoría digitales, los EMDAF, suelen contar con uno o dos medios especializados como *media partners* para multiplicar los efectos y repercusión mediática durante la celebración de sus eventos-vitrina.
- En relación con el impacto de la comunicación en términos de vida profesional, ritmos de trabajo y calendario laboral:
 - Aunque cada festival responde a unas características específicas únicas, se puede concluir que los responsables de comunicación de dichos EMDAF comienzan a trabajar en la línea editorial o visual de la próxima edición con entre 8 y 6 meses de antelación.

- Si bien es verdad que hay muchos tipos de festivales que funcionan prácticamente al servicio de sus eventos-vitrina y no cultivan un sistema relacional y comunitario con su público a lo largo del todo el año a través de un plan comunicacional vivo, los EMDAF, en parte debido a su naturaleza independiente y la necesidad de comercializar entradas exitosamente, sí que lo hacen.

En conclusión, si para comprender el papel de los EMDAF en nuestras sociedades y en las dinámicas de la producción cultural contemporánea debemos comprender su naturaleza estética, organizativa e institucional —sus *festivalscapes*—, para ello también es fundamental analizar en qué manera la forma de comunicar de estos festivales articula la configuración —y percepción por parte del público— de dicho *festivalscape*. En este sentido, decimos que aquello que conocemos como *la comunicación* de un EMDAF funciona como sistema de transmisión y justificación —de forma viva y continuada durante todo el año— de la identidad y la autenticidad de dicho festival. Es decir, la *comunicación* —o el plan comunicacional— de un EMDAF es el conjunto de herramientas, técnicas y lenguajes por el cual un EMDAF transmite a su público —y a la sociedad— su identidad y razón de ser, su misión y sus valores como organización dedicada a la promoción y producción cultural en el campo de la música electrónica y las artes digitales.

(R.Q.5). Los efectos relacionales, profesionales y la dimensión de red de los EMDAF: festivales como field-configuring events y como eventos-motores.

El objetivo de este capítulo es analizar los efectos en las dinámicas de la producción cultural producidos por este tipo de festivales, prestando particularmente atención a sus efectos en los campos de la música electrónica y la creatividad digital. Más concretamente, en este capítulo afronto la última cuestión de la investigación: ¿cómo afectan este tipo de festivales a las carreras profesionales de los creativos del sector? ¿En qué modo este tipo de festivales pueden estimular la creación de redes, la dinamización del sector o la configuración de determinadas escenas? ¿En qué manera este tipo de festivales pueden ser *event-configuring field* o *pulsar events*? Los resultados emergentes han sido los siguientes:

- En relación con el impacto en las carreras profesionales de las personas organizadoras y el equipo de voluntariado del festival:
 - Tan solo una persona de los principales responsables del festival Semibreve, en buena parte gracias a este, ha visto positivamente afectadas sus carreras profesionales con posiciones laborales de repercusión en el campo de las políticas culturales y la producción cultural contemporánea. Pese a ello, no se puede considerar que el festival portugués haya tenido efectos directos relevantes en las carreras profesionales y laborales de los miembros del equipo motriz, puesto que todos ellos se dedican al festival de forma *amateur*, compatibilizando su función en el festival con su agenda laboral y profesional externa al festival.
 - Debido al posicionamiento propiciado por el festival MIRA, sus principales responsables han conseguido impulsar un proyecto empresarial dedicado al mercado en materia de nuevos medios, instalaciones y experiencias inmersivas y artes digitales, además de expandir la actividad profesional derivada del festival —como programadores, productores y comisarios de artes digitales— hacia otros espacios de la ciudad —como por ejemplo el Centre d'Arts Digitals IDEAL—. En este sentido, el festival ha impulsado un progresivo proceso de legitimación de las personas y creativos al mando del festival como profesionales de obligada referencia a nivel nacional en el campo de las artes digitales.
 - En el caso de ROBOT, el único festival con un amplio equipo de voluntariado, se han identificado dos tipos de efectos principales: aunque la mayoría de personas voluntarias son nuevas cada año, siempre hay varias personas que repiten, interesadas en la experiencia y en la oportunidad de disfrutar del festival de forma gratuita y desde una perspectiva más cercana y participada. Por otro lado, también se ha comprobado que muchas de las personas actualmente trabajadoras en el festival comenzaron como voluntarias. Por lo tanto, cabe señalar que existe un índice de profesionalización en los perfiles técnicos y creativos —principalmente en comunicación y producción— gracias a las dinámicas de voluntariado impulsadas por el festival de cara a la celebración del evento-vitrina.

- En cuanto a los efectos configuradores de campo y la capacidad de dinamizar el sector, de estimular la conformación de escenas o redes profesionalizadas:

- Se han identificado los proyectos y programas Europa Creativa como principales elementos aglutinador y catalizador en las dinámicas de configuración de escenas, redes profesionalizadas, y profesionalización del sector de la música electrónica y las artes digitales, analizando ejemplos evidentes como las plataformas We Are Europe, Re:Imagine Europe y Shape Platform.
- Aunque no podemos considerar a la mayoría de EMDAF “*showcase festivals*” (ver Ahlers, 2021; Brzozowska & Galuszka, 2023; Galuszka, 2022; Everts et al., 2021), sí desarrollan una labor de dinamización y promoción de artistas emergentes, pero sobre todo en términos expositivos y performativos, enfocando su actividad principalmente al público, en lugar de específicamente comerciales.

Finalmente, he analizado en qué manera el festival portugués Semibreve ha funcionado y funciona como evento-motor y evento configurador de campo en la ciudad de Braga y zona norte de Portugal: si bien Semibreve no es un punto de encuentro trascendental, puesto que no hay que estar allí para conocer hacia dónde se dirige el sector, la percepción del valor instrumental del festival como detonante hacia una mejora radical de las políticas culturales de la ciudad es compartida por múltiples agentes culturales y turísticos de la ciudad. Los FCE encapsulan y dan forma al desarrollo de profesionales, tecnologías, mercados e industrias (Lampel & Meyer, 2008). En este sentido, Semibreve ha servido como actor social clave en las políticas y estrategias culturales municipales en Braga, como fuente de inspiración para una red de eventos y festivales de similar formato y contenido —también alineados en el campo de la música electrónica y las artes digitales—, fomentando el desarrollo y consolidación del sector a nivel local, regional y nacional.

En resumen, durante los tres primeros capítulos, de carácter más teórico, conceptual y panorámico, he buscado plantear las bases necesarias para afrontar de forma teóricamente fundamentada el objeto de estudio de esta investigación. Primero hago un recorrido revisando la literatura en el ámbito de los festivales tradicionales, presentando unas coordenadas clave y las principales aportaciones en el campo desde los estudios socio-antropológicos, histórico-artísticos y desde los estudios económicos de la cultura, el turismo y los eventos. Pero además, esta revisión nos ha servido para hacer emerger una definición de partida de una macro-categoría —los festivales de artes digitales

(DAF), por sus siglas en inglés “Digital Arts Festival”— de festivales que engloba a nuestro objeto de estudio. Afrontando uno de los propósitos clave de esta investigación, se ha elaborado una construcción teórica y analítica del objeto de estudio, definiendo y categorizando qué son y qué no son, qué comparten y en qué se diferencian de otros formatos. Además, creemos que el marco teórico, las herramientas y enfoques analíticos propuestos, de los que me sirvo en el trabajo, pueden ser de gran interés académico. En este sentido, parecen extrapolables a otros tipos de festivales y formatos culturales situados, como ferias de artes, simposios o bienales, manteniendo una perspectiva combinada que entiende estos fenómenos desde una naturaleza efímera, pero también desde su carácter organizativo y estructural, a medio plazo, como entidades estables y permanentes. De forma similar, también hemos podido comprobar las oportunidades, fortalezas y debilidades de una metodología cualitativa, combinada e híbrida como la que he puesto en práctica en esta investigación: hemos conseguido abordar el objeto de estudio desde desde lo panorámico a lo específico, desarrollando múltiples herramientas de investigación cualitativa y de forma multisituada en el territorio sur-europeo. Aunque en algunos momentos de la investigación esta hibridación haya podido causar ciertas imprecisiones metodológicas, debemos señalar la alta capacidad de compensación y adaptabilidad a la naturaleza del objeto de estudio.

Por otro lado, a lo largo de los cinco capítulos de naturaleza empírica y específica, fundamentados sobre todo en el análisis en profundidad de los tres casos de estudio, he buscado responder a las cuestiones de investigación, planteando un recorrido argumentativo que describe, explica y examina cómo son y cómo funcionan los EMDAF en el sur de Europa, entendidos no solo desde un enfoque cortoplacista, sino como organizaciones activas y estables. En síntesis, he explicado cómo son y cómo se desarrollan los eventos —a partir de la noción evento-vitrina— de este tipo de festivales desde un enfoque estético y situado, poniendo el foco en su dimensión performativa. He analizado los diferentes tipos de espacios y formatos, la programación y los tipos de contenidos, el personal y las infraestructuras, y las diferentes audiencias y experiencias ofrecidas al público. Profundizando en la naturaleza organizativa interna, hemos podido descubrir cómo funcionan y operan estos festivales de puertas para adentro, cómo funcionan sus equipos directivos, cuánto y cómo trabajan, cómo se organizan las labores y principales tareas a desarrollar, desde la dirección, a la producción y la comunicación.

También se ha examinado cómo se financian y se consolidan material y económicamente, estudiando el papel real de piezas clave en la vida de un festival, como los patrocinios, la red de colaboradores, las relaciones institucionales o las subvenciones. Además, he descrito y explicado el papel de lo que conocemos por la comunicación de un festival y su importancia en la configuración y justificación de la identidad y autenticidad de un festival, algo poco habitual en los estudios sobre festivales. De esta manera, propongo ampliar la noción de *festivalscape* más allá de su enfoque cortoplacista y limitado únicamente al evento efímero, planteando la necesidad de entender el conjunto de acciones comunicativas que los festivales ponen en práctica a lo largo de todo el año como parte clave en la identidad y autenticidad de dichos festivales. Tras analizar las principales formas, estrategias y canales de comunicación de los EMDAF, también se ha analizado el impacto que efectivamente estas prácticas generan en los ritmos de trabajo y en las carreras profesionales de los responsables, creativos y equipos de trabajo de dichos festivales. Finalmente, abordando la dimensión de red, hemos descubierto cuáles son las principales formas y hábitos de colaboración, participación e intercambio colectivo entre festivales, artistas, promotores, profesionales y otras partes interesadas del sector. En un sentido más específico, se ha comprobado en qué manera determinadas acciones de política cultural europea pueden repercutir de forma evidente en este tipo de festivales, como por ejemplo el programa Europa Creativa. Finalmente, hemos comprobado como en el caso específico del festival Semibreve de Braga, este tipo de festivales pueden producir efectos sistémicos como aceleradores o desencadenantes en las dinámicas de configuración y estructuración de campos culturales, redes profesionalizadas o escenas, fomentando el desarrollo y consolidación del sector de la música electrónica y la creatividad digital a nivel local, regional y nacional.

Aportaciones, limitaciones y futuras líneas de investigación

Afrontar esta investigación ha sido un reto académico y profesional apasionante: por un lado, iluminar el debate académico en un ámbito de estudio candente y de plena actualidad como festivales contemporáneos implica una oportunidad valiosa con respecto al interés y la motivación científica que este objeto de estudio despierta en la

comunidad. Por otro lado, la falta de estudios rigurosos y análisis en profundidad sobre la tipología específica de festivales en la que baso la investigación, la falta de documentación y coordenadas guía, hicieron de la primera etapa del estudio y del diseño metodológico de la investigación un verdadero desafío.

En términos metodológicos, es fundamental destacar el carácter experimental e híbrido del diseño de la investigación. Debido a ello, conviene comprender que el estudio es sin duda susceptible a ampliaciones, reajustes y reorientaciones, tanto en términos de metodología, como seguramente en términos de marco teórico. Sin embargo, creo conveniente señalar lo siguiente:

- Si bien a veces los diseños metodológicos híbridos o eclécticos acusan márgenes de mejora, falta de rigor o precisión, hubiera sido impropio de la naturaleza del objeto de estudio a analizar desarrollar una investigación estrictamente teórica, documental o categórica sin consolidar un conocimiento panorámico y fundamentado empíricamente sobre el ADN común a la escena de festivales de artes digitales en Europa; o bien, hubiera sido limitante proceder con un estudio empírico en profundidad a partir de un único caso de estudio, sin elaborar una sólida construcción teórica y conceptual inducida a partir del trabajo de campo multisituado y la exploración documental de amplio espectro.
- De forma similar, hubiera sido muy limitante abordar esta investigación desde un único ámbito de estudio o campo teórico, precisamente debido a las necesidades específicas y la naturaleza multidimensional del objeto de estudio. Más aún, poniendo en relieve el perfil profesional y académico del doctorando y la posición institucional de esta tesis doctoral, enmarcada en un acuerdo internacional de cotutela entre los programas de doctorado en Historia y Arte de la Universidad de Granada y de *Social Sciences* de la Universidad de Padova, de las líneas de investigación “Creación Artística, Audiovisual y Reflexión Crítica” y “*Sociology. Science, Technology, Innovation and Media Studies (PASTIS)*”, respectivamente.
- En este sentido, cabe valorar positivamente la adecuación metodológica con respecto al uso de fuentes, aunado al trabajo de campo: documentales y primarias en la primera fase de la investigación, más habituales en los estudios histórico-artísticos y estéticos; y

por otro lado, metodologías cualitativas, en la segunda y tercera fase de la investigación, más típicas de las ciencias sociales y de la sociología cultural.

- En consecuencia, el diseño metodológico planteado responde a las necesidades, objetivos y cuestiones de la investigación, tanto en fase embrionaria como a partir de la configuración del plan y proyecto de investigación presentado y aceptado por los respectivos programas de doctorado. De esta manera, y debido a las lagunas académicas en torno al objeto de estudio, he articulado la investigación de forma híbrida entre la exploración panorámica y el análisis en profundidad a partir de tres casos de estudio, planificando tres fases de investigación. Esto ha permitido hibridar de forma inductiva y fundamentada en el propio objeto de estudio la construcción de una estructura de base teórica, conceptual y analítica; junto a la posibilidad de desarrollar un amplio trabajo de campo y comprobación empírica. Con ello, se ha conseguido aunar las motivaciones teóricas de la investigación con el mundo de la práctica artística y las dinámicas organizativas, institucionales y profesionales, naturales en la producción cultural, especialmente en el ámbito de los festivales contemporáneos.
- Por lo tanto, las tres fases de la investigación han permitido desarrollar de forma dinámica, complementaria y sobrepuesta diferentes niveles de análisis, desde lo panorámico hasta las especificidades de cada uno de los tres casos de estudio seleccionados, aproximándonos al carácter multidimensional de las dinámicas de la producción cultural contemporánea.
- Con respecto a la muestra de festivales seleccionada y la compilación de datos empíricos, se ha demostrado que una investigación de campo de carácter multisituado, de carácter internacional, resulta muy exigente en términos de acceso al campo de estudio, debido a las limitaciones logísticas, materiales o de las múltiples variantes que influyen en la disponibilidad de las personas informantes estratégicas. Sin embargo, las visitas etnográficas y la observación participante y, en general, el factor presencial en el desarrollo del trabajo empírico ha sido fundamentales para cultivar una relación más conectada con el objeto de estudio. Gracias al grado de inmersión cultivado durante el trabajo de campo, se ha conseguido captar matices, tonos, atmósferas, sobre todo no tangibles, imprescindibles en la naturaleza estética y organizativa de los festivales; algo esencial en la investigación, que no hubiera sido posible analizar de forma estrictamente documental, conceptual, teórica, o sin una inmersión presencial en el campo de trabajo.

- Por otro lado, hay que subrayar otro aspecto positivo del diseño metodológico y de la investigación: su capacidad de adaptación y compensación, gracias a la muestra combinada y los diferentes métodos, repartidos en las tres fases de investigación, pero desarrolladas de forma complementaria y sobrepuesta. Por ejemplo, esto ha permitido compensar la falta de facilidades de acceso al campo, la ausencia de documentación comunicacional o los cambios inesperados en la disponibilidad de las personas entrevistadas, también típicos de la naturaleza de los eventos y los festivales.
- Todo ello ha generado aportaciones significativas que trascienden el carácter empírico y operativo del estudio, propiciando novedades en la construcción teórica y analítica de un producto cultural en continuo auge en nuestras sociedades, como lo son los festivales de música electrónica y artes digitales.

Sin duda, una de las principales aportaciones novedosas a la comunidad científica y a la sociedad en general, pero sobre todo al ámbito de la producción cultural contemporánea, a las políticas culturales dedicadas a las industrias creativas y, obviamente, al campo de los festivales de artes digitales, es la categorización y conceptualización de los festivales de música electrónica y artes digitales: a partir de una perspectiva organizativa y estética, no solo como eventos de corta duración, si no como organizaciones estables y activas durante todo el año, con todo el aparato organizativo, comunicacional e institucional que ello conlleva. En resumen, creo que la investigación resulta de interés y utilidad por lo siguiente:

- Dinamiza y expande el debate académico en el ámbito de los festivales contemporáneos, abordando la cuestión de investigación de cómo repercuten este tipo de festivales, sobre todo en términos humanísticos, organizativos, instrumentales y simbólicos, en las dinámicas de producción cultural contemporánea, especialmente en los campos de la música electrónica y las artes digitales.
- Esclarece las estéticas organizativas en el ámbito de los festivales contemporáneos a partir de tres casos de estudio concretos del sur de Europa, analizando y explicando las dimensiones organizativas, económicas, comunicacionales, institucionales y situadas de este tipo de festivales y sus principales eventos.
- Guía y orienta, debido al análisis en profundidad realizado, a diferentes perfiles profesionales —además de al público y las audiencias interesadas en general— en el

ámbito de los festivales contemporáneos, la gestión cultural, las políticas culturales o el periodismo cultural especializado. Especialmente, tanto a nivel interno para organizadores y promotores, medios de comunicación y otros agentes clave del sector como agencias de *booking* —dirección, comunicación, producción—; como a nivel institucional —estrategias y prácticas de financiación y comercialización, *fundraising*, redes, plataformas y proyectos “Europa Creativa”—; como, por supuesto, a nivel estético y artístico, en materia de práctica y creación artística, en materia de participación e intercambio artista-obra-público.

- Inspira y orienta a la comunidad académica universitaria, suponiendo una fuente de consulta rigurosa de cara a nuevas investigaciones en el campo de los festivales contemporáneos, sirviendo además como inspiración para guías docentes o manuales académicos en los estudios reglados de grado y postgrado en Turismo Cultural, Organización de Eventos, Producción y Gestión de Espectáculos o Gestión Cultural.

Durante el desarrollo de la investigación también han ido surgiendo cuestiones, necesidades y futuras líneas de investigación en el ámbito de los festivales contemporáneos, y en concreto, en los festivales de música electrónica y artes digitales, particularmente en Europa.

Un aspecto poco explorado en esta investigación, que resultaría de gran interés académico desde una perspectiva humanística, estética y sociológica, pasa por el estudio comparado de las identidades y características específicas de este tipo de festivales según los diferentes puntos de la geografía europea. Concretamente, dada la trayectoria organizativa e institucional explorada en esta investigación, creemos fundamental abordar las siguientes cuestiones, sobre todo desde los estudios en políticas culturales, la sociología cultural o el estudio en eventos: ¿qué papel tienen los programas de ayudas institucionales a las industrias creativas y la producción cultural, concretamente en los campos de la música electrónica en directo y la creatividad digital, a nivel europeo? En esta investigación, principalmente por motivos materiales, prácticos y de adecuación institucional, se ha limitado la investigación a una franja geográfica correspondiente al litoral mediterráneo sur-europeo, poniendo el énfasis empírico a partir de tres casos de estudio seleccionados en Portugal, España e Italia. Sin embargo, creemos que un enfoque organizativo, institucional y económico, similar al desarrollado

en esta tesis doctoral, ofrecerá resultados muy diferentes cuando el estudio se sitúe en otros puntos de la geografía europea.

En consecuencia, nos parece fundamental profundizar también en el papel descentralizador y democratizador de los programas “Europa Creativa” a la producción cultural. En este sentido, uno de los elementos significativos que emerge de esta tesis doctoral gracias a su enfoque panorámico es la importancia trascendental de los programas Europa Creativa en la configuración del campo de la música electrónica en directo y la creatividad digital. Con respecto a ello, sin duda creemos que la escena de proyectos, plataformas y redes Europa Creativa puede propiciar un interés y justificación científica de gran valor, tanto en términos estéticos, como instrumentales, organizativos e institucionales. En consecuencia, resultan motivadoras las siguientes cuestiones: ¿en qué manera los proyectos y redes “Europa Creativa” representan escenas trans-locales y redes profesionalizadas en el campo de la música y la creatividad digital? ¿En qué manera los proyectos y redes “Europa Creativa” están funcionando como actores sociales capaces de propiciar cambios sistémicos en la progresiva configuración del campo de la música electrónica en directo y la creatividad digital? En relación con estas cuestiones emerge también otro marco de interés científico a partir de la perspectiva infraestructural y material de este tipo de festivales, que, si bien he caracterizado, descrito y analizado en esta tesis, merece una mayor profundización.

Por último, es fundamental destacar que el objeto de estudio específico, así como en general, el ámbito de los festivales contemporáneos, se trata de un campo de exploración e investigación en continuo desarrollo y cambio. Si bien podemos establecer la década de los 90 como punto de inflexión en el proceso de festivalización de la cultura y, en concreto, en el continuo florecimiento de festivales de artes y música, particularmente en Europa, vivimos en un presente cada vez más fragmentado y rápidamente cambiante.

Algunos de los casos de estudio analizados están estrechamente ligados a contextos situacionales muy concretos, con unos marcos institucionales de financiación radicalmente situados. Si pensamos por ejemplo en términos europeos, como por ejemplo los programas de ayudas a las industrias culturales “Europa Creativa” o incluso los fondos NextGeneration, debemos interpretar las consideraciones de forma cauta en

lugar de como resultados finales y concluyentes. Nuestro propósito ha sido comprender qué, cómo son, y cómo funcionan los festivales de música electrónica y artes digitales en el ámbito europeo, cuál es su papel en nuestra sociedad y en qué manera influyen en las dinámicas de la producción cultural contemporánea, especialmente en los campos de la música electrónica y las artes digitales. Creemos que el trabajo realizado ofrece una modesta, pero valiosa contribución a este debate, por supuesto no cerrándolo, sino más bien expandiéndolo y enriqueciéndolo, sobre todo desde una perspectiva teórica y conceptual que va más allá del enfoque cortoplacista desde donde se ha solido abordar el estudio de los festivales contemporáneos: integrando el ecosistema organizativo, institucional y comunicacional en la noción de *festivalscape*, interpretando por tanto a los festivales no solo como eventos efímeros sino como organizaciones estables.

Esperamos haberlo conseguido a través de esta investigación.

RESEARCH FINDINGS

In this last section I present the results and conclusions of this doctoral thesis, reviewing how I have dealt with each of the research questions. Following the structure of the doctoral thesis from the eight chapters that compose it, and classifying the conclusions of the research according to the conceptual or empirical nature of the emerging results and arguments, I then make a panoramic overview that cumulatively and consequentially reviews the main arguments resulting from the study. Finally, I share some concluding remarks, pointing out the limitations of the research and possible future lines of research.

The purpose of this research has been to analyse and understand in depth, from a mainly aesthetic and organisational perspective, what electronic music and digital arts festivals (EMDAFs) are and how they function in Europe, what their role is in our society and how they influence the dynamics of contemporary cultural production, especially in the fields of electronic music and digital arts. In this sense, the paper has tried to shed light on the current and growing academic debate around arts festivals and cultural events

understood as catalysts of cultural innovation and situated experiences for creativity, expression, research and artistic practice. To this end, therefore, I have analysed the functioning of such festivals from an aesthetic and organisational point of view, in order to extend the research question to the role that such festivals, as a major situated cultural format, play in the evolution of the field of electronic music and digital arts at the European level.

More specifically, it is worth recalling the aims that have guided and underpinned the research, based on the clear definition of the research questions:

- To define and categorise electronic music and digital arts festivals, that is,
- To conceptualise and clarify what they are and what they are not,
- To conceptualise and clarify what they share and how they differ from other similarly situated cultural formats, such as biennials, symposia, or professional and trade fairs.
- To understand how they are expanding in Europe and identify key elements, factors and realities for their expansion and consolidation.
- To analyse, identify and underline the value of such festivals in our society, in particular by examining their impact in the fields of electronic music and digital arts.
- To develop the research in a dynamic way, first approaching a panoramic and exploratory vision of the reality, and then concentrating the study on a specific territory based on a combined sample with several case studies.
- To approach the research from an organisational and aesthetic perspective, focusing on the organisational dimension, the communicational dimension, the situated and face-to-face dimension, and the instrumental dimension of festivals, understood as short-term events and as stable organisations dedicated to cultural production.

Following the structure of the doctoral thesis, I present the results and conclusions resulting from the research questions, based on different sections presented in the form of highlights or salient points and divided into two large blocks, according to their theoretical or empirical nature.

Results and conclusions of a theoretical, conceptual and analytical character.

A cross-disciplinary literature review on the process of festivalisation of culture and the evolution of contemporary festivals, concluding with a starting definition and contextualisation of Digital Arts Festivals (DAF).

In the first chapter I have reviewed the academic debate and scientific literature in the field of contemporary festivals, mainly from socio-anthropological, humanistic and aesthetic studies, and from the economic studies of culture. Cumulatively, I have presented the general scope of the research on the basis of two fundamental notions for the study of contemporary festivals today, namely "post-traditional festivals" and the "festivalisation of culture". Subsequently, I have presented the context of European digital arts festivals, which helps us to orient, characterise and theoretically and analytically ground the object of the research. Taking the Ars Electronica festival in Linz and the Sónar festival in Barcelona as the main global references in the field, I propose a starting definition for this emerging macro-category —Digital Arts Festival (DAF)—, which has been on the rise since the 2000s all over Europe. In this way, the chapter ends by introducing the context in which European digital arts festivals are born and expand, from a historical, aesthetic and symbolic perspective: a context between dance floors and the "science-art-technology-society" debate, participatory spaces for New Media Art, and the evolution of Electronic Dance Music Culture (EDMC) and the rise of electronic music festivals from the 1990s onwards. In summary, the results and conclusions of the chapter are as follows:

- The study of contemporary festivals, mostly concentrated in the last two decades, has mostly been approached from the economic studies of culture, mainly from event and tourism studies, although we also find some valuable contributions in the fields of cultural sociology and popular music studies.

- Although electronic music and digital arts festivals represent the main format for the dissemination, display, exchange and exhibition of artistic practice between artists, public and professionals in the field of digital creativity, there are no notable references in aesthetic or art-historical studies, beyond tangential references from the field of art curatorship and art criticism focused on new media, digital art, New-Aesthetic and post-internet or post-digital aesthetics (see Cascone, 2001; Cascone, 2001; Corby, 2005; Graham & Cook, 2005); Corby, 2005; Graham & Cook, 2010; Manovich, 2001; McHugh, 2009; Olson, 2010; Paul, 2016; Paul & Levy, 2015).
- One of the main conceptual outcomes of this first chapter is the elaboration of a starting definition for the macro-label "Digital Arts Festival" (DAF). Here we can include EMDAFs, but also other types of festivals of a more academic nature or dedicated to artistic thought, research and practice —closer to congresses and symposia, such as the ISEA—, or those more focused on design and digital creativity —such as the OFFF—, or those more centred on new media and artistic practice in the contemporary art world around the intersection of science-art-technology and society —such as the Ars Electronica—. Due to the theoretical and analytical gap around the use of different terms and categories to refer to these types of festivals, this definition orients and illuminates this growing line of research, also highlighting the organisational and institutional tone of these festivals, beyond their obvious performative and situated nature based on the short-lived event.
- In summary, the starting definition of digital arts festivals, developed to orient and theoretically and analytically ground the object of study of the research, has been formulated as follows:
 - Digital arts festivals are organisations that recognise themselves as festivals, i.e. they do not only consider themselves as events or other relatively similar formats such as biennials, days or competitions.
 - They activate a lively debate and promote participatory practices around contemporary digital identity creation, such as audiovisual formats, electronic music.
 - They put into practice a clear desire for innovation and experimentation towards new forms and experiences of viewing, interaction, participation, dance and listening for audiences.

- They can serve as catalysts and meeting points between the public, the community of artists and professionals in the sector.
- Among all the bibliographical references reviewed and discussed in the first chapter, three stand out as the main lighthouse and guide in the field of contemporary festivals: the work packages of the European research project EURO-FESTIVAL (Art Festivals and the European Public Culture), carried out between 2008 and 2011, coordinated by the University of Sussex; the volume *Festivals and the Cultural Public Sphere* edited by Giorgi, Sassatelli and Delanty in 2011; and the volume *The Festivalization of Culture*, edited by Bennett, Taylor, and Woodward in 2014.

A conceptual design on two levels based on the notion of festivalscape: festivals understood as events-vitrines, situated and of short duration; but also as organisations, with an institutional life and active throughout the year.

In this second chapter I have presented the main conceptual, analytical and theoretical scientific contributions of the research.

- I have elaborated the defining framework of the object of study, analytically categorising Electronic Music and Digital Arts Festivals. The main points are:
 - EMDAFs are a type of contemporary festival, recognised and self-defined as festivals, booming since the 1990s, especially between 2005 and 2025, with particular presence in Europe, characterised by hybridising electronic dance music content with other formats, experiences and content typical of digital art, new media and audiovisual digital creation.
 - Its main difference with other contemporary festivals and digital arts festivals lies mainly in the aesthetic dimension and the types of content offered, from a preferably performative perspective that prioritises the exhibition, display, viewing, dancing and active participation around emerging artistic practice in the fields of electronic music and digital creativity.

- On an organisational level, EMDAFs tend to be independent organisations; and while they are typically recognised for their short-term events, they cultivate an institutional and communicative life that becomes key to the economic consolidation of their professional activity as organisations dedicated to cultural production.
- In terms of network effects, these festivals can serve as a catalyst and meeting point for artists, audiences and sector professionals, similar to showcase festivals (Galuszka, 2022), driving the development of scenes (Bennett & Peterson, 2004), professionalised networks (Costantini, 2020), or even functioning as trigger events (Richards, 2015) or field-shaping events (Lampel & Meyer, 2008), stimulating the configuration of a sector in a territory where it had not yet been developed.
- I have reviewed the academic debate and the scientific literature on the concept of festivalscape, elaborating a critical reflection on its conception limited to the situated, presential and short-term dimension of an event or festival.
- I have expanded the notion of festivalscape beyond its traditional short-term conception, integrating the communicational dimension and the institutional life that EMDAFs put into practice throughout the year, as a fundamental part of the festivalscape: understanding EMDAFs not only as situated and face-to-face events of short duration, but as permanent organisational structures. That is, if we understand festivalscape as the complex communicative apparatus through which festivals justify and defend their identity and authenticity, we cannot limit the study of festivalscape only to the two or three days of the event. Because a festival promotes, communicates, publicises its activities throughout the year with the ultimate aim of successfully marketing tickets; and cultivates an institutional life —with local, regional, national and European public institutions, with partners and sponsors, with other festivals and organisations from neighbouring sectors, etc.— that is essential in the consolidation of its economic and professional activity, it is essential to integrate all these practices spread throughout the annual calendar as a key part of the festivalscape.
- I have developed the analytical category "event-vitrine". Although we find similar terms in the academic community such as showcase event or showcase festival, neither of these terms is able to qualify the stable organisational nature of festivals, but they continue to

focus solely on the presential, situated and short-term dimension of the event. While the notion of the "showcase festival" characterises part of the nature of EMDAFs, it still exclusively interprets festivals as short-term meetings. In response to this, the notion of "event-vitrine" refers to the main event in the annual calendar of a given festival, serving to differentiate the main event from the other smaller activities and practices that festivals hold and organise throughout the year, which tend to require a smaller amount of effort and resources and consequently generate less impact. On the other hand, the use of the term "vitrine" qualifies the relationship of the main event with other activities, practices and side events, "which are not in the vitrine, because they don't shine as brightly". The dialogue between the emerging notion the event-vitrine, which represents the situated and performative nature of festivals understood as short-term events, together with the expansion of the term festivalscape towards the communicational dimension and the institutional life that festivals put into practice during the rest of the year, is key to the understanding of the EMDAFs, functioning as an analytical and conceptual pillar of the research.

- Accordingly, I have generated a two-level conceptual design based on the notion of festival landscapes: on the one hand, 1) EMDAFs and their festivalscapes understood as stable organisations dedicated to cultural production, from an organisational perspective, which focus on the economic dimension and the institutional life, as well as the communicative dimension that festivals put into practice throughout the year; on the other hand, 2) EMDAFs and their festivalscapes as short-term meetings or events, from an aesthetic, situated and material perspective, focusing on content, programming, formats and experiences, staff, services and the other key elements that make up what we know as a festival-event.
- Finally, I outline the analytical tools and theoretical anchors on which I draw throughout the thesis:
 - The cultural production perspective and the six facets of cultural production (Peterson, 1976, 1994, 2000; Peterson & Anand, 2004; see also Anand, 2000; DiMaggio, 2000; Dowd, 2007; Santoro, 2008).

- Organisational fields (DiMaggio & Powell, 1983; Scott, 1995), strategic action fields (Fligstein & McAdam, 2012), driving events (Richards, 2015) and field-shaping events (Lampel & Meyer, 2008; Colombo, 2017; Colombo & Richards, 2017).
- The evolution and revision of the notion of 'scenes' (Bennett & Peterson, 2004; Bennett & Rogers, 2016; Costantini, 2020; Straw, 1991).
- The notions of "festivalscapes" (Lee et al., 2008; De Geus et al., 2016; Mason & Paggiaro, 2012; Morgan, 2008, Pegg & Patterson, 2010).
- The emerging analytical category of the event-vitrine study (Reyes-Criado, 2023).

A combined qualitative methodology: between broad-spectrum structured desk-research and multi-sited field research based on three case studies.

- In order to address the research aims, I have articulated the study in a hybrid form between overview exploration and in-depth analysis based on three case studies, planning three research phases. With this research design I address two main aspects: on the one hand, to fill the academic gaps in the field of digital arts festivals; and on the other hand, to ground and root the research design and theoretical framework in the field of study itself, i.e. in a grounded and participatory way in the field of study, following the methodological approach proposed by Grounded Theory (Charmaz, 2006).
- The research design combines structured documentation work with field research and multi-sited ethnographic activities. In a first phase, digital arts festivals in Europe were mapped, generating a list of more than 50 festivals. Although this result has a procedural character and is interpreted as raw research material, it has served to guide the study in terms of defining, conceptualising and categorising the object of study, given the existing academic gap. In the following, I have selected a sample of 10 festivals. After analysing documentary and archival material from this sample, semi-structured in-depth interviews were conducted with directors or representatives of these festivals, in addition to on-site visits to the field with the aim of carrying out participant observation and structured documentation in situ. Finally, I have completed the field research design based on three case studies in Southern Europe: the Semibreve festival in Braga, the MIRA festival in Barcelona, and the ROBOT festival in Bologna.

- The complementarity and compatibility of the first two phases of the research has been fundamental, as they undoubtedly provide the richness of the polyhedral and panoramic vision of the field of study, especially in terms of characterisation, conceptualisation and theoretically grounded categorisation of the object of study. Another advantage of this research design is the degree of compensation offered by the combined sample, ranging from a more superficial mapping of more than 50 festivals, to a selection of 10 festivals studied in more detail, to the 3 case studies that I analyse in depth. This has made it possible to compensate for differences in terms of ease or difficulty of access to the field, as well as to compensate for the possible absence of communicational documentation, or face-to-face visits that can unexpectedly become complicated to carry out due to the lack of availability of the staff to be interviewed during the dates set for the interviews.

Results and conclusions of empirical character

(R.Q.1). Analysing EMDAFs as short-lived events from the situated, aesthetic and material dimension that characterises the living and performative nature of their events-vitrine.

In this first empirically based chapter I have addressed the first research question: What are EMDAFs like and how do they function on an aesthetic, material and situated level? Therefore, this chapter has the function of characterising, describing, explaining and analysing in depth what electronic music and digital arts festivals are and how they function, from a situated, aesthetic and material perspective that characterises the living and performative nature of their events-vitrine, by addressing the following questions: How does the aesthetic and situated dimension of the event influence the festival identity? In what way do their contents, their spaces, the experiences of audience participation and interaction or their infrastructures shape their identity and public recognition as cultural organisations?

- In terms of formats and types of venues, we can conclude the following:

- Generally, most electronic music and digital arts festivals' showcase events are characterised by being urban, and small —between 2000 and 5000 people— or medium-sized —between 5000 and 15 000 people—.
 - Due to their aesthetic nature, derived from the culture of electronic dance music, the schedules of the programme tend to extend into the early hours of the morning, often causing these festivals to be held in spaces that have been fitted out for this purpose or are relatively peripheral, such as fairgrounds, congress venues or similar.
 - It is also common for them to programme activities in unconventional or emblematic spaces in the city - concerts and performances as well as talks and workshops - such as churches, former factory complexes, industrial buildings or university lecture halls, which often serve as opening events, usually free of charge. In this sense, the selection and distribution of spaces becomes a key element in the configuration of the festivalscape and one of the main ingredients in justifying the authenticity and unique identity of this type of festivals.
 - Usually, EMDAFs, as in the case of the Catalan festival MIRA or the Italian festival ROBOT, integrate part of the night-time programme in consolidated music clubs in the city, with the aim of expanding the programme to other venues, other audiences, and more relaxed schedules, until the early hours of the morning.
 - In short, the two main formats are 1) the multi-sited format, which is diffuse and spread over several locations and spaces in the city —especially in unconventional spaces or historic buildings—, usually relatively close to each other; and the single-site fairground format, with the vast majority of activities taking place, in a concentrated way, in a macro-space containing multiple rooms or spaces for the contents and services of the event. However, these classifications should be understood in a flexible way, since, for example, the ROBOT festival in Bologna works with a mixed format, taking place in multiple venues in the city, but maintaining a main fairground space that normally hosts around 60-70% of the programme.
- In terms of programming and content:

- In aesthetic and stylistic terms, the EMDAFs are characterised by driving programming that hybridises the most emerging musical aesthetics with globally established figures in electronic dance music culture.
- One of the key references characterising the dynamics of artistic practice in the emerging or advanced electronic music scene is the category of conceptronica, coined by Simon Reynolds in October 2019.
- Another key feature of the EMDAF in terms of programming is the integration of other types of participatory content, such as talks, conferences and workshops. Although they do not have a notable impact on the budget, for example, festivals such as ROBOT promote a stable children's and youth programming area, a space for critical reflection, which also serves to listen and learn about the professional and personal perspectives of artists in the field.
- It is also common to find exhibition content, mainly audiovisual, such as projections or video installations. Festivals such as MIRA regularly programme large-scale installations, for example, in applied robotics or advanced lighting design, as well as one of its identifying elements: the geodesic dome that houses the immersive 360° projections.
- In aesthetic terms, depending on the specific festival, sometimes we will find a more precise categorisation and labelling of activities and content, and sometimes more generalist. The main labels in this respect are: djset, live, live A/V, video projections, talks, art installations and performances.
- Despite the relatively balanced diversification in the types of content and activities, when analysing the number of participants and the budget distribution according to the type of content, a radical prominence of musical content in relation to the rest of the activities can be observed.
- With some nuances and depending on the specific nature of each festival, in all cases, musical content represents the main discipline and language. Therefore, electronic music and digital arts festivals (EMDAF), unlike other types of digital arts festivals, are characterised by their particular balance between different disciplines, formats and experiences, prioritising those derived from the culture of electronic dance music in the hand of new trends and aesthetics such as conceptronica, as opposed to other practices more related and focused on the field of "digital art" (see Paul, 2016) and new media art (Quaranta, 2010).

- In terms of audiences, publics and consumption experiences:
 - The perception of the event by the audience is one of the key argumentative points in the notion of festivalscape, which has to do with the people who coexist, participate and consume in situ, at the event, in person, in the so-called event-experience or festival-experience (De Geus et al., 2016; Morgan, 2008; Richards, 2019; see also Reyes-Criado, 2023). But also, in addition to the users, we must take into account the staff working and all the aspects and relationships between staff and services offered at the event, as they will determine to a large extent the degree of satisfaction of the attending public and the satisfaction with regard to the way of being present —comfortably— during the development of the event.
 - The spaces are a key element in the configuration of the different atmospheres, as are the contents offered and the way the public behaves and participates. In this sense, it is common for this type of festivals to have rest areas, sometimes also outdoors, close to the bar-points and food trucks. These spaces are essential for socialising, since, on average, more than 20% of the time the public spends at the event is spent in this type of spaces.
 - A quantitative analysis of how the flow of attendees is distributed according to the different timetables and the peak times shows that the busiest times are Friday and Saturday nights, especially between 11 p.m. and 4 a.m., coinciding with the most dancefloor-focused content.
 - With regard to the age and target audience, the average age tends to be over 30 and in some cases reaches 35.
 - Depending on the location and distribution of the rest of the activities on the programme - art installations, audiovisual screenings, talks and conferences - there will be a greater or lesser number of people who organically enjoy these activities. For example, in the last two editions of the MIRA festival or in the last edition of the ROBOT festival, both festivals have chosen to place the artistic installations in places where the public is bound to pass, which has led to a great deal of interaction and participation around these contents. However, when the public has to travel to a specific space to visit a particular art installation, or to attend a round table, the influx of the public is radically reduced.

- Finally, it should be noted that the presence of drug use in this type of festival is between 20% and 30% on average. In fact, it is clear how the organisers of EMDAFs carefully manage key elements such as the programmed content in relation to the timetables, in order to effectively and consciously manage the impact of the types of consumption among participants and the atmosphere shared by the different audiences. In this sense, in a more or less shared way, the EMDAFs analysed perceive the inclusion of contents and formats that are too close to clubbing as a risk for the festival.
- In terms of services, material infrastructures and personnel:
 - Almost all EMDAFs implement a communicative tool to communicate in advance to their public the list of infrastructures, services and conditions of use that they will find at the event: the so-called F.A.Q., which we usually find both on the official websites, social networks and in the newsletters generated by the festivals themselves.
 - The spatial dimensions are a determining factor in the design and assembly of material infrastructures, and therefore have a direct impact on the number of people working during the event, especially in terms of access control, security and catering services.
 - In terms of services and spaces, it is common to find at least one large area for resting and eating and drinking. In addition, it is common for EMDAFs to have other points managed directly by the organisation, e.g., the information point, where promotional material and merchandising products are often offered. However, it is rare, except for macro-festivals such as Sónar, for EMDAFs to have other points of sale and distribution of products from other companies or external businesses.
 - The festival organisers usually only manage the drinking points, outsourcing the food service through various food trucks. In most cases, these points operate exclusively for the duration of the event-vitrine.
 - Non-tangible decoration, especially light installations and projections, play an important role in the visual atmospheres and ambiances of the event. Also common are corporate installations in the form of photocalls, usually with the festival logo,

as well as large corporate billboards with the festival programme, where we usually also see the list of sponsors and collaborators of the festival.

- Security and access control staff, cleaning staff and the staff working at the refreshment outlets make up a large part of the external staff hired during the three or four days of the event-vitrina. They are followed by production and technical production staff, as well as volunteers when available.

(R.Q.2.). Analysing the internal organisational structures and dynamics of the EMDAFs understood as stable and active organisations throughout the year.

In this second empirically based chapter I have addressed the second research question: What are EMDAFs like and how do they function at the organizational and structural level? Therefore, this chapter has the function of characterising, describing, explaining and analysing in depth how electronic music and digital arts festivals function, starting from the internal organisational *milieux*, i.e. behind closed doors, that these festivals put into practice throughout the year. In short, the focus of analysis in this chapter has been on the core of the organisation, that is, the small team of people who promote and direct the festival; but also, in a more panoramic way, on the forms of organisation and structuring of the three main areas or departments —direction, production and communication—; the rhythms of work; towards the rest of the human infrastructure and personnel present in the organisation; and the voluntary work. The key emerging results are as follows:

- All EMDAFs are made up of a small core-driver team: that small group of people, usually between two and five, who make the festival possible. Often the core-driver coincides with the founding people of the organisation, and they are the *raison d'être* of the festival. The core-driver, in a collective, transversal and shared way, activates, directs, coordinates and supervises the progressive development of the ecosystem of discourses, contents and formats - of meanings and signifiers - that articulate the identity and authenticity for which a given festival is recognised, namely the festivalscape.
- The notion of the “core-driver” is important because it portrays the independent nature of the vast majority of European EMDAFs. It is a notion taken from the professional field, as no similar academic elaborations have been found to refer to the team of people driving

the festivals; however, the term core-driver has emerged under various meanings during the in-depth interviews conducted at different festivals: as "main team", as "main core", as "driving team", as "core group", as "key group".

- As a general rule, electronic music and digital arts festivals are not associated with institutional initiatives or public cultural policies of city councils, local entities or public administrations. However, mostly independent in nature, EMDAFs are socially perceived as more or less innovative, independent and autonomous cultural organisations, often solely responsible for offering spaces, voice and experiences for emerging aesthetics, contents and formats in the fields of electronic music and digital arts.
- Like the vast majority of semi-professionalised festivals, EMDAFs have three main areas of work: direction —artistic and general—, production and communication.
- The organisational form and structure is usually a pyramidal hierarchy, although with a clear shared and collective leadership among all the members of the core-driver team. That is to say, the leadership of the festival, both of the event-vitrine and of the organisation and its annual activity, does not fall to a single person, but is shared and articulated horizontally and collectively through the three, four or five people who make up the core-driver team group, thus developing an organisational modality of shared and collective leadership.
- Most of the core staff do not work full time for the festival, not even those responsible for artistic direction and general management, despite having professional careers related to the electronic music and digital arts sector. Among the most common professional profiles are those in communication and digital marketing applied to the cultural sector, the tourism, leisure and events sector, as well as business administration and management and IT and the development and implementation of the latest technologies.
- Within the organisational structure, there are also other areas that, although they are not part of the festival's stable organisational structure, but rather external personnel hired specifically for the celebration of the event-vitrina, are also fundamental for the successful development of the latter: the hospitality area, the security and surveillance or cleaning area, and the organisations active in the prevention of harm in nightlife environments.
- Regarding volunteering, although for festivals such as ROBOT it is an important support tool for carrying out specific tasks, mainly during the event-vitrina, it is not a common feature in the organisational nature of most of the EMDAFs studied. However, it is worth

noting the catalytic effect that the volunteering experience has on the careers of some of the people who volunteer at the ROBOT festival.

(R.Q.3). Tickets, sponsorships, collaborations and subsidies: analysing the economic dimension and the institutional life of EMDAFs understood as stable and active organisations throughout the year.

The aim of this chapter has been to analyse the organisational and institutional forms and dynamics, i.e. outward or public, that EMDAFs put into practice throughout the year, thus answering the third research question: How do EMDAFs function economically? What is the role of the institutional life of EMDAFs and how does it affect their stability as an organisation dedicated to cultural production? The emerging results have been the following:

- EMDAFs, throughout the year, cultivate a flow of relationships —with partners, with sponsors and companies in the sector and other nearby sectors, with local, regional and state institutions, with international projects and network— that we know as institutional life, with a double purpose: to finance their professional activity successfully and to legitimise their position as key organisations for contemporary cultural production and artistic creation in the fields of digital arts and electronic music; that is, as organisations of great value —cultural, symbolic and instrumental— in the societies in which they cohabit.
- In terms of budgetary design and forms of funding, the results indicate:
 - Most EMDAFs, although the SEMIBREVE festival is an exception, derive at least 50% of their income from their own audiences--both through ticket sales and through the sale of products and services during the festival, mainly drinks, and to a lesser extent, merchandising. Therefore, the direct marketing of tickets and products during the festival events is in most cases the main source of income.
 - Income from public entities - grants and subsidies or other specific agreements from local and regional, national or international bodies - is an important part of the economic dimension of EMDAFs, accounting for between 15% and 30% in most cases.

- Sponsors do not usually play a major role, due to the more experimental and emerging character of these festivals, as well as their moderate economic and visibility impact, due to their small or medium size.
- However, the partners and collaborators associated with the EMDAFs are key figures for the consolidation of these organisations and, above all, for the successful holding of their events. In general, we find a beneficial and reciprocal relationship between partners and festivals: the former benefit from projecting their brand in important cultural realities with a certain visibility and repercussion and in many cases, with a notable impact in certain cultural and communicational fields; on the other hand, the festivals show society that their organisation is located and involved in the territory, that it interacts successfully in various sectors and is supported by many entities, which also helps to legitimise the festival brand and the organisation's own activity.
- In terms of budget design, the distribution of expenses and investments of EMDAFs follows the scheme of the three macro-blocks of most semi-professionalised festivals in dedicated spaces: in general terms, 40% is devoted to programming and artistic direction, 40% to production, staging and staff, and 20% to communication, depending on each case.
- In terms of external relations and institutional life, the conclusions are as follows:
 - Among all the institutional relations, the role of the projects promoted by the Creative Europe programme stands out.
 - These projects, such as Shape Platform, We Are Europe, Re:Image Europe or INES, play an important role in shaping the fields of live music, electronic music, audiovisual arts and digital creativity. Depending on the specific nature of each project, they generally act as meeting points between artists and organisations or festivals, acting as mediators and facilitators, as booking agencies, stimulating new artistic productions and boosting the careers of many artists. Furthermore, depending on the project, they offer important support in the financing of EMDAFs and in accessibility to key resources in terms of communication and visibility, positioning and international impact in the field.

- However, some key members in the organisation of some of the festivals studied, such as Semibreve, have pointed out that these European networks and projects, in particular Shape Platform, may pose a risk of standardisation and loss of authenticity for some festivals in that they encourage the participation of a particular selection of artists repeatedly across the European EMDAF scene.
 - In addition, many EMDAFs often collaborate and seek partnerships with other public and private entities, e.g. universities or other institutional networks at a global level, such as the UNESCO Creative Cities network.
- When analysing the economic dimension and forms of funding of EMDAFs, the fundamental role of public cultural policies and support structures from local, regional and national governmental institutions, mainly in the form of grants —mostly small or medium scale and on an annual basis— also stands out.
 - Finally, I have analysed the way in which institutional life and all these practices necessary to deal with the economic dimension of the festivals affect the driving force and the people responsible for the organisation, in terms of professional life, work rhythms and work schedules, with the following results:
 - The management derived from the relationships and agreements of sponsorship and collaboration are fundamental and can be expanded throughout the year or entail punctual managements depending on the importance and role of the sponsor or collaborating entity in question.
 - Participation in aid programmes, subsidies, as well as European programmes and projects, require a constant commitment —procedures, corrections, reformulations— which has repercussions on the development of activity execution reports, work packages and follow-up documents on the annual activity of the organisation, which requires qualified personnel dedicated on a stable basis to these tasks.
 - The management and administration of the institutional life of EMDAFs often falls on the figure of the general director, usually the main responsible for the festival as a key part of the core-driver and often a founding member of the festival.

In conclusion, although EMDAFs are usually born independent, cultivating adequate institutional relations, as well as competing for public subsidies, often become key and essential instruments for the consolidation and successful development of the festivals themselves, both in terms of funding and in terms of the legitimisation processes of this type of festivals as natural spaces for the exchange and exhibition of artistic expressions and practice in the fields of electronic music and digital arts.

(R.Q.4). Analysing how EMDAFs communicate: integrating EMDAFs' communication practices as a vehicle of identity and authenticity and a shaper of the festivalscape.

The aim of this chapter has been to analyse and understand in depth how and with what tools EMDAFs defend and justify their identity and authenticity throughout the year. More specifically, in this chapter I address the fourth research question: How do EMDAFs function on a communicative level, and in what way does the communication of a festival influence its identity and how we publicly recognise them? Consequently, the different communication channels and the main communicational elements, texts, speeches, audiovisual content and various communicative techniques have been studied, prioritising four: websites and corporate visual identity, social networks, email marketing tools and newsletters, and the role of specialised media. The emerging results are as follows:

- The first step in any EMDAF communication campaign is usually the design and elaboration of a new visual identity, which is usually renewed edition after edition, for a greater surprise effect on the public. In this sense, the corporate visual identity is an essential element of the festival's festivalscape, functioning as a key hook and main way of attracting the contents, experiences and services offered in the next edition of the event-vitrine. Based on this corporate visual identity, any EMDAF, executes different levels and channels of communication.
- Regarding websites:

- Increasingly interactive, attractive and responsive, the EMDAF websites function as the operational base from which all specific communication channels are coordinated, from the presentation of the programme, schedules, venues, services and other key information about the event-vitrine, news section, archive, hub of photographic and textual material for press, newsletter subscription, merchandising shop, etc.
 - All the websites have in common the written expression, the narration and articulation of texts as a key configuring element, as well as photographic and audiovisual contents that help to complement the editorial line and the identity style of the festival.
 - In addition to the sale of tickets and multiple information in relation to the festival itself and its great showcase-event, they function as a great hub and platform for all the agents and actors linked to the festival, from artists to professionals and stakeholders, partners, etc.
- Regarding social networks:
 - EMDAF social media is fundamental to cultivating a positive, engagement-generating relationship between the public and the festivals, serving as an ideal portal to create large communities of followers based on an attractive content offer.
 - In addition, social media serves as a key channel in the promotion and advertising of EMDAF events, serving as a primary tool in marketing strategies focused on the marketing of tickets for EMDAF events.
 - Thanks to the ease of use and optimisation of the tools —e.g. audience targeting— of the main social networks—in particular Meta Business Suite— many EMDAFs are able to autonomously manage their social networks and much of the paid advertising to promote ticket sales for their events.
- Regarding email marketing and newsletter:
 - They are the main channel of direct, formal, written communication between festivals and their audiences.

- They are not a central strategy in attracting new audiences for EMDAFs, but the direct and personalised tone, the possibility of creatively writing content —adding multiple hyperlinks and CTA buttons—, the continuous mailings throughout the year —often with several mailings each quarter—, as well as their potential tools for automating information and audience segmentation, make newsletters a key strategy for audience conversion and loyalty.

- Regarding specialized media:
 - They are a fundamental element in the communication strategies of the EMDAFs, essential in the processes of articulating discourses and narratives towards the community of fans and followers of the electronic music and digital culture scenes.
 - Mostly digital, EMDAFs usually have one or two specialised media as media partners to multiply the effects and media repercussions during the celebration of their events.

- In relation to the impact of communication in terms of professional life, work rhythms and work schedules:
 - Although each festival responds to specific and unique characteristics, it can be concluded that the communication managers of these EMDAFs begin to work on the editorial or visual line of the next edition between 8 and 6 months in advance.
 - While it is true that there are many types of festivals that function practically at the service of their showcase events and do not cultivate a relational and communal system with their audiences throughout the year through a living communication plan, EMDAFs, partly due to their independent nature and the need to successfully market tickets, do.

In conclusion, if in order to understand the role of EMDAFs in our societies and in the dynamics of contemporary cultural production we must understand their aesthetic, organisational and institutional nature —their festivalscapes— it is also essential to analyse how the way in which these festivals communicate articulates the configuration —and public perception— of this festivalscape. In this sense, we say that what we know

as the communication of an EMDAF functions as a system of transmission and justification—in a lively and continuous way throughout the year— of the identity and authenticity of the festival. That is to say, the communication —or the communication plan— of an EMDAF is the set of tools, techniques and languages by which an EMDAF transmits to its public —and society— its identity and *raison d'être*, its mission and its values as an organisation dedicated to the promotion and cultural production in the field of electronic music and digital arts.

(R.Q.5). The relational, professional and network effects of EMDAFs: festivals as field-configuring events and as driving events.

The aim of this chapter is to analyse the effects of such festivals on the dynamics of cultural production, paying particular attention to their effects on the fields of electronic music and digital creativity. More specifically, in this chapter I address the last research question: How do festivals of this kind affect the careers of creatives in the sector, how can festivals of this kind stimulate the creation of networks, the dynamisation of the sector or the configuration of certain scenes, how can festivals of this kind be event-configuring fields or pulsar events, how can festivals of this kind be event-configuring fields or pulsar events, and in what ways can festivals of this kind be event-configuring fields or pulsar events? The emerging results have been the following:

- Regarding the effects on the professional careers of the festival organisers and the festival's volunteer team:
 - Only one of the main people responsible for the Semibreve festival, largely thanks to the festival, have had their professional careers positively affected by positions with repercussions in the field of cultural policy and contemporary cultural production. Despite this, the Portuguese festival cannot be considered to have had any direct relevant effects on the professional and working careers of the members of the driving team, since they all dedicate themselves to the festival in an amateur way, combining their function in the festival with their professional and working agenda outside the festival.
 - Due to the positioning favored by the MIRA festival, its main leaders have managed to promote a business project dedicated to the market in new media, installations

and immersive experiences and digital arts; as well as expanding the professional activity derived from the festival —as programmers, producers and curators of digital arts— to other spaces in the city —such as the Centre d'Arts Digitals IDEAL—, for example. In this sense, the festival has promoted a progressive process of legitimisation of the people and creatives in charge of the festival, as professionals of obligatory reference at a national level in the field of digital arts.

- In the case of ROBOT, the only festival with a large team of volunteers, two main effects have been identified: although most of the volunteers are new every year, there are always several people who repeat, interested in the experience and in the opportunity to enjoy the festival for free and from a closer and more participatory perspective. On the other hand, it has also been found that many of the people currently working at the festival started as volunteers. Therefore, it should be noted that there is an index of professionalisation in the technical and creative profiles —mainly in communication and production— thanks to the volunteering dynamics promoted by the festival with a view to the celebration of the event-vitrine.
- In terms of field-shaping effects and the capacity to dynamise the sector, to stimulate the formation of professionalised scenes or networks:
 - Creative Europe projects and programmes have been identified as the main binding and catalytic elements in the dynamics of scene-setting, professionalised networks, and professionalisation of the electronic music and digital arts sector, analysing obvious examples such as the We Are Europe, Re:Imagine Europe and Shape Platform platforms.
 - Although we cannot consider most EMDAFs as "showcase festivals" (see Ahlers, 2021; Brzozowska & Galuszka, 2023; Galuszka, 2022; Everts et al., 2021), they do develop a work of dynamisation and promotion of emerging artists, but mostly in terms of exhibition and performance, focusing their activity mainly on the public, rather than specifically commercial ones.

Finally, I have analysed how the Portuguese festival Semibreve has functioned and continues to function as a driving and field-shaping event in the city of Braga and northern

Portugal: although Semibreve is not a transcendental meeting point, as one does not have to be there to know where the sector is heading, the perception of the instrumental value of the festival as a trigger for a radical improvement of the city's cultural policies is shared by multiple cultural and tourism agents in the city. FCEs encapsulate and shape the development of professionals, technologies, markets and industries (Lampel & Meyer, 2008). In this sense, Semibreve has served as a key social actor in municipal cultural policies and strategies in Braga, as a source of inspiration for a network of events and festivals of similar format and content —also aligned in the field of electronic music and digital arts—, fostering the development and consolidation of the sector at local, regional and national levels.

In summary, during the first three chapters, of a more theoretical, conceptual and panoramic nature, I have sought to lay the necessary foundations to delve into the object of study of this research in a theoretically grounded way. First, I review the literature in the field of traditional festivals, presenting some key coordinates and the main contributions in the field from socio-anthropological, historical-artistic and economic studies of culture, tourism and events. In addition, this review has also helped us to develop a starting definition of a macro-category —Digital Arts Festivals (DAF)— of festivals that encompasses our object of study. Addressing one of the key purposes of this research, a theoretical and analytical construction of the object of study has been elaborated, defining and categorising what they are and what they are not, what they share and how they differ from other formats. Furthermore, we believe that the theoretical framework, tools and analytical approaches proposed, which I use in this work, can be of great academic interest. In this sense, they seem extrapolable to other types of festivals and cultural formats such as arts fairs, symposiums or biennials, maintaining a combined perspective that understands these phenomena from an ephemeral nature but also from their organisational and structural character, as stable and permanent entities. Similarly, we have also been able to verify the opportunities, strengths and weaknesses of a combined and hybrid qualitative methodology such as the one I have put into practice in this research: we have managed to approach the object of study from the panoramic to the specific, developing multiple qualitative research tools and in a multi-situated manner in the southern European territory. Although at some points in the research this

hybridisation may have caused certain methodological inaccuracies, we must point out the high capacity for compensation and adaptability to the nature of the object of study.

On the other hand, throughout the five chapters of an empirical and specific nature, based above all on the in-depth analysis of the three case studies, I have sought to respond to the research questions, setting out an argumentative journey that describes, explains and examines what EMDAFs are like and how they function in southern Europe, understood not only from a short-term approach but as active and stable organisations. In short, I have explained what the events are like and how they develop —based on the notion of event-vitrine— of this type of festival from an aesthetic and situated approach, focusing on their performative dimension. I have analysed the different types of spaces and formats, the programming and types of content, the personnel and infrastructures, and the different audiences and experiences offered to the public. Delving into the internal organisational nature, we have been able to discover how these festivals function and operate from the inside, how their management teams work, how much and how they work, how they organise their work and the main tasks to be carried out, from management to production and communication.

It has also examined how they are financed and consolidated materially and economically, studying the real role of key elements in the life of a festival such as sponsorships, the network of collaborators, institutional relations and subsidies. Furthermore, I have described and explained the role of what we know as festival communication and its importance in the configuration and justification of a festival's identity and authenticity, something that is not very common in studies on festivals. In this way, I propose to broaden the notion of festivalscape beyond its short-lived approach, limited only to the ephemeral event, by proposing the need to understand the set of communicative actions that festivals put into practice throughout the year as a key part of the identity and authenticity of these festivals. After analysing the main forms, strategies and channels of communication of the EMDAFs, we have also analysed the impact that these practices effectively generate in the work rhythms and professional careers of the managers, creatives and work teams of these festivals.

Finally, by addressing the network dimension, we have discovered the main forms and habits of collaboration, participation and collective exchange between festivals, artists, promoters, professionals and other stakeholders in the sector. In a more specific sense, we have seen how certain European cultural policy actions can have a clear impact on this type of festivals, such as the Creative Europe programme. Finally, we have verified how, in the specific case of the Semibreve festival in Braga, this type of festivals can produce systemic effects as accelerators or triggers in the dynamics of configuration and structuring of cultural fields, professionalised networks or scenes, fostering the development and consolidation of the electronic music and digital creativity sector at local, regional and national level.

Contributions, limitations and future lines of research

Tackling this research has been an exciting academic and professional challenge: on the one hand, illuminating the academic debate in a hot and highly topical field of study such as contemporary festivals imply a valuable opportunity with respect to the interest and scientific motivation that this object of study arouses in the community. On the other hand, the lack of rigorous studies and in-depth analysis on the specific typology of festivals on which I base the research, the lack of documentation and guiding coordinates, made the first stage of the study and the methodological design of the research a real challenge.

In methodological terms, it is essential to highlight the experimental and hybrid character of the research design. Because of this, it is important to understand that the study is certainly susceptible to extensions, readjustments and reorientations, both in terms of methodology and certainly in terms of the theoretical framework. However, I think it is worth noting the following:

- While hybrid or eclectic methodological designs sometimes show room for improvement, lack of precision, it would have been inappropriate for the nature of the object of study to be analysed to develop a strictly theoretical, documentary or categorical investigation without consolidating a panoramic and empirically grounded knowledge of the common

DNA of the digital arts festival scene in Europe; Or, it would have been limiting to proceed with an in-depth empirical study on the basis of a single case study, without elaborating a solid theoretical and conceptual construction induced by multi-sited fieldwork and wide-ranging documentary exploration.

- Similarly, it would have been very limiting to approach this research from a single field of study or theoretical field, precisely because of the specific needs and multidimensional nature of the object of study. Moreover, highlighting the professional and academic profile of the doctoral student and the institutional position of this doctoral thesis, framed in an international co-tutelage agreement between the doctoral programmes in History and Art of the University of Granada and Social Sciences of the University of Padova, of the research lines "Artistic Creation, Audiovisual and Critical Reflection" and "Sociology. Science, Technology, Innovation and Media Studies (PASTIS)", respectively.
- In this sense, the methodological adequacy with regard to the use of sources combined with fieldwork should be positively assessed: documentary and primary sources in the first phase of the research, more usual in art-historical and aesthetic studies; and on the other hand, qualitative methodologies in the second and third phases of the research, more typical of the social sciences and cultural sociology.
- Consequently, the proposed methodological design responds to the needs, objectives and questions of the research, both in the embryonic phase and from the configuration of the research plan and project presented and accepted by the respective doctoral programmes. In this way, and due to the academic gaps around the object of study, I have articulated the study in a hybrid way between panoramic exploration and in-depth analysis based on three case studies, planning three research phases. This has made it possible to hybridise the construction of a theoretical, conceptual and analytical base structure in an inductive way, based on the object of study itself, together with the possibility of carrying out extensive fieldwork and empirical testing. In this way, it has been possible to combine the theoretical motivations of the research with the world of artistic practice and the organisational, institutional and professional dynamics that are natural to cultural production, especially in the field of contemporary festivals.
- Therefore, the three phases of the research have allowed us to develop in a dynamic, complementary and overlapping way different levels of analysis, from the panoramic to the specificities of each of the three selected case studies, bringing us closer to the multidimensional nature of the dynamics of contemporary cultural production.

- Regarding the selected sample of festivals and the compilation of empirical data, it has been demonstrated that a multi-sited field research of an international nature is very demanding in terms of access to the field of study, due to logistical limitations, materials or the multiple variants that influence the availability of strategic informants. However, ethnographic visits and participant observation, and in general, the face-to-face factor in the development of the empirical work, have been fundamental in cultivating a more connected relationship with the object of study. Thanks to the degree of immersion cultivated during the fieldwork, it has been possible to capture nuances, tones, atmospheres, especially non-tangible ones, essential in the aesthetic and organisational nature of the festivals; something essential in the research, which would not have been possible to analyse in a strictly documentary, conceptual or theoretical way, or without an in-person immersion in the field of work.
- On the other hand, another positive aspect of the methodological and research design should be underlined: its capacity to adapt and compensate thanks to the combined sample and the different methods, spread over the three research phases, but developed in a complementary and overlapping way. For example, this has made it possible to compensate for the lack of easy access to the field, the absence of communicational documentation, or unexpected changes in the availability of the interviewees, also typical of the nature of events and festivals.
- All of this has generated significant contributions that transcend the empirical and operational nature of the study, bringing about new developments in the theoretical and analytical construction of a cultural product that is constantly on the rise in our societies, such as electronic music and digital arts festivals.

Undoubtedly, one of the main novel contributions to the scientific community and society in general, but above all, to the field of contemporary cultural production, cultural policies dedicated to the creative industries, and obviously, to the field of digital arts festivals, is the categorisation and conceptualisation of electronic music and digital arts festivals: from an organisational and aesthetic perspective, not only as short-term events, but as stable and active organisations throughout the year, with all the organisational, communicational and institutional apparatus that this entails. In summary, I believe that the research is interesting and useful for the following reasons:

- Energises and expands the academic debate in the field of contemporary festivals, addressing the research question of how such festivals impact, especially in humanistic, organisational, instrumental and symbolic terms, on the dynamics of contemporary cultural production, especially in the fields of electronic music and digital arts.
- It clarifies the organisational aesthetics in the field of contemporary festivals on the basis of three specific case studies from southern Europe, analysing and explaining the organisational, economic, communicational, institutional and situational dimensions of this type of festivals and their main events.
- It guides and orients, due to the in-depth analysis carried out, different professional profiles—in addition to the public and interested audiences in general—in the field of contemporary festivals, cultural management, cultural policies or specialised journalism. Especially, for organisers and promoters and other key agents in the sector such as booking agencies; and at the institutional level—financing and marketing strategies and practices, fundraising, networks, platforms and “Creative Europe” projects—; and of course, at the aesthetic and artistic level, in terms of artistic practice and creation, in terms of participation and artist-work-audience exchange.
- It inspires and orients the academic community, providing a rigorous source of reference for new research in the field of contemporary festivals, as well as serving as inspiration for teaching guides or manuals in regulated undergraduate and postgraduate studies in Cultural Tourism, Event Management, Cultural Policy or Cultural Management.

During the development of the research, questions, needs and future lines of research have also emerged in the field of contemporary festivals, and specifically in electronic music and digital arts festivals, particularly in Europe.

A little explored aspect of this research that would be of great academic interest from a humanistic, aesthetic and sociological perspective is the comparative study of the specific identities and characteristics of this type of festivals in different parts of Europe. Specifically, given the organisational and institutional trajectory explored in this research, we believe it is essential to address the following questions, especially from the perspective of cultural policy studies, cultural sociology, or event studies: What is the role of institutional support programmes for the creative industries and cultural production, specifically in the fields of live electronic music and digital creativity, at the European

level? In this research, mainly for material, practical and institutional adequacy reasons, the investigation has been limited to a geographical strip corresponding to the South-European Mediterranean littoral, placing the empirical emphasis on three selected case studies in Portugal, Spain and Italy. However, we believe that an organisational, institutional and economic approach, similar to the one developed in this doctoral thesis, will offer very different results when the study is placed in other parts of the European geography.

Consequently, it also seems essential to delve deeper into the decentralising and democratising role of the 'Creative Europe' programmes in cultural production. In fact, one of the significant elements that emerges from this doctoral thesis thanks to its panoramic approach is the transcendental importance of the Creative Europe programmes in shaping the field of live electronic music and digital creativity. In this respect, we certainly believe that the Creative Europe scene of projects, platforms and networks can provide valuable scientific interest and justification, both in aesthetic, instrumental, organisational and institutional terms. Consequently, the following questions are motivating: In what way do Creative Europe projects and networks represent trans-local scenes and professionalised networks in the field of music and digital creativity? In what way are Creative Europe projects and networks functioning as social actors capable of bringing about systemic changes in the progressive shaping of the field of live electronic music and digital creativity? In relation to these questions, another framework of scientific interest also emerges from the infrastructural and material perspective of this type of festivals, which, although I have characterised, described and analysed in this thesis, deserves to be further explored.

Finally, we must consider the object of study of this research, as well as the field of contemporary festivals in general, a field of exploration and research in continuous development and change. While we can establish the 1990s as a turning point in the process of festivalisation of culture, and specifically in the continued flourishing of arts and music festivals, particularly in Europe, we live in an increasingly fragmented and rapidly changing present. Some of the case studies analysed are closely linked to very specific contexts, with radically situated, fragile and changing rhythms, opportunities and institutional funding situations. If we think for example in European terms, such as the

“Creative Europe” cultural industries support programmes or even the NextGeneration funds, we must interpret the considerations cautiously and as a challenge for further study, rather than as final and conclusive results.

Our aim has been to understand what electronic music and digital arts festivals are and how they function at the European level, what their role is in our society and how they influence the dynamics of contemporary cultural production, especially in the fields of electronic music and digital arts. We believe that this work offers a modest but valuable contribution to this debate, certainly not by closing it, but rather by expanding and enriching it, especially from a theoretical and conceptual perspective that goes beyond the short-sighted approach from which the study of contemporary festivals has usually been approached: integrating the organisational, institutional and communicational ecosystem into the notion of festivalscape, thus interpreting festivals not only as ephemeral events but also as stable organisations.

We hope to have achieved this through this research.

BIBLIOGRAFÍA

- Ahlers, R. (2021). *Showcasing european music festival networks: The case of Eurosonic Noorderslag*, University of Groningen. <https://doi.org/10.33612/diss.159223878>. PhD thesis
- Anand, N. (2000). Defocalizing the organization: Richard A. Peterson's sociology of organizations, *Poetics*, 28, 173-184. [https://doi.org/10.1016/S0304-422X\(00\)00020-6](https://doi.org/10.1016/S0304-422X(00)00020-6)
- Anderson, T. L. & Kavanaugh, P. R. (2007). A 'Rave' Review: Conceptual interests and analytical shifts in research on rave culture. *Sociology Compass*, 1(2), 499–519. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2007.00034.x>
- Andersson, T. D., Armbrecht J., & Lundberg, E. (2012). Estimating Use and Non-use Values of Music Festivals. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 12(3), 215–231. <https://doi.org/10.1080/15022250.2012.725276>
- Ars Electronica (n/d). *Art, Technology, Society*. <https://ars.electronica.art/about/en/history/> (accessed 8 July 2021)
- Bachman, J. R., Norman, W. C., Hopkins, C. D., & Brookover, R. S. (2016). Examining the role of self-concept theory on motivation, satisfaction, and intent to return of music festival volunteers. *Event Management*, 20(1), 41-52. <https://doi.org/10.3727/152599516X14538326025035>
- Baur, C. (2020). Ars Electronica and the media art economy, *Journal of Visual Art Practice*, 19 (3), 241–253. <https://doi.org/10.1080/14702029.2020.1804706>
- Becker, H.S. (1982). *Art Worlds*. Berkeley: University of California Press
- Behr, A., Brennan, M., & Cloonan, M. (2016). Cultural value and cultural policy: some evidence from the world of live music. *International Journal of Cultural Policy*, 22(3), 403-418. <https://doi.org/10.1080/10286632.2014.987668>
- Belfiore, E. (2015). 'Impact', 'values and 'bad economics': Making sense of the problem of value in the arts and humanities. *Arts and Humanities in Higher Education*, 14(1), 95-110. <https://doi.org/10.1177/1474022214531503>
- Belfiore, E. (2020). Whose cultural value? Representation, power and creative industries. *International journal of cultural policy*, 26(3), 383-397. <https://doi.org/10.1080/10286632.2018.1495713>
- Belfiore, E. & Bennett, O. (2008). *The Social Impact of the Arts: An intellectual history*. Basingstoke: Palgrave Macmillan
- Bennett, A. & Peterson R. A. (Eds.) (2004). *Music Scenes: Local, Translocal and Virtual*. Nashville: Vanderbilt University Press

- Bennett, A. & Rogers, I. (2016). *Popular Music Scenes and Cultural Memory*. London: Palgrave Macmillan
- Bennett, A., Taylor, J.L. & Woodward, I. (Eds.) (2014). *The Festivalization of Culture*. London: Routledge
- Barron, P., & Rihova, I. (2011). Motivation to volunteer: a case study of the Edinburgh International Magic Festival. *International Journal of Event and Festival Management*, 2(3), 202-217. <https://doi.org/10.1108/17582951111170281>
- Behr, A., Brennan, M., & Cloonan, M. (2016). Cultural value and cultural policy: some evidence from the world of live music. *International Journal of Cultural Policy*, 22(3), 403-418. <https://doi.org/10.1080/10286632.2014.987668>
- Bey, H. (1992). *Temporary Autonomous Zones*. Brooklyn: Autonomedia
- Blánquez, J. & León, O. (Eds.) (2002). *Loops 1: Una historia de la música electrónica en el siglo XX*. Barcelona: Penguin Random House
- Blánquez, J. (2018). *Loops 2: Una historia de la música electrónica en el siglo XXI*. Barcelona: Penguin Random House
- Bishop, C. (2012). *Artificial Hells: Participatory art and the politics of spectatorship*. London: Verso
- Bolter, J. D. & Grusin R. (1999). *Remediation: Understanding new media*. Cambridge: MIT Press.
- Borer, M. I. (2013). Being in the City: The sociology of urban experiences. *Sociology Compass*, 7(11), 965–983. <https://doi.org/10.1111/soc4.12085>
- Bourdieu, P. (1993). *The Field of Cultural Production*, New York: Columbia University Press
- Bourdieu, P. (1995). *The Rules of Art: Genesis and Structure of the Literary Field*, Stanford: Stanford University Press
- Bourriaud, N. (2006). *Estética relacional*. Madrid: Adriana Hidalgo
- Bourriaud, N. (2014). *Postproducción*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo
- Brisson, R. (2019). Back to the original omnivore: On the artefactual nature of Peterson's thesis of omnivorousness. *Poetics*, 76. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2019.03.004>
- Brzozowska, B., & Galuszka, P. (2023). Building performance capital during hard lockdown: Insights from the ESNS 2021 virtual-only showcase festival. *Poetics*, 96, 101758. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2022.101758>
- Caillois, R. (1958). *Man and the Sacred*. Glencoe: Free Press
- Carneiro, M. J., Eusébio, C., Caldeira, A., & Santos, A. C. (2019). The influence of eventscape on emotions, satisfaction and loyalty: The case of re-enactment events. *International Journal of Hospitality Management*, 82, 112-124. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.03.025>
- Cascone, K. (2000). The Aesthetics of Failure: "Post-digital" tendencies in contemporary computer music. *Computer Music Journal*, 24(4), 12–18. <https://doi.org/10.1162/014892600559489>

- Chalcraft, J., Delanty, G., & Sassatelli, M. (2014). Varieties of Cosmopolitanism in Art Festivals. In Bennett, A., Taylor, J., & Woodward, I. (Eds.), *The Festivalization of Culture* (pp. 109–130). Farnham: Ashgate
- Chalcraft, J. & Magaudda, P. (2011). 'Space is the Place': The global localities of the Sónar and WOMAD music festivals. In Giorgi, L., Sassatelli, M., & Delanty, G. (Eds.), *Festivals and the Cultural Public Sphere* (pp. 173–189). New York: Routledge
- Chang, Y.-C. (2020). Creating Value through the Performing Arts Festival: The multi-stakeholder approach. *Journal of Macromarketing*, 40(2), 185–200. <https://doi.org/10.1177/0276146719894627>
- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: a practical guide through qualitative analysis*. Los Angeles and London: SAGE
- Charmaz, K. & Thornberg, R. (2021). The pursuit of quality in grounded theory. *Qualitative Research in Psychology*, 18(3), 305–327. <https://doi.org/10.1080/14780887.2020.1780357>
- Chen, K. (2009). *Enabling Creative Chaos: The organization behind the Burning Man event*. Chicago: University of Chicago Press.
- Chen, Z., King, B., & Suntikul, W. (2019). Festivalscapes and the Visitor Experience: An application of the Stimulus Organism Response approach. *Int J Tourism Res*, 21(3), 1–14. <https://doi.org/10.1002/jtr.2302>
- Clayton, D. (2016). Volunteers' knowledge activities at UK music festivals: A hermeneutic-phenomenological exploration of individuals' experiences. *Journal of Knowledge Management*, 20(1), 162–180. <https://doi.org/10.1108/JKM-05-2015-0182>
- Cluley, R. (2012). Art Words and Art Worlds: The Methodological Importance of Language Use in Howard S. Becker's Sociology of Art and Cultural Production. *Cultural Sociology*, 6(2), 201–216. <https://doi.org/10.1177/1749975512440223>
- Colombo, A. (2016). How to Evaluate Cultural Impacts of Events? A model and methodology proposal. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 16(4), 500–511. <https://doi.org/10.1080/15022250.2015.1114900>
- Colombo, A. (2017). Music Festivals and Eventfulness: Examining eventful cities by event genres and policy agendas. *Event Management*, 21(5), 563–573. <https://doi.org/10.3727/152599517X15053272359022>
- Colombo, A. & Richards, G. (2017). Eventful Cities as Global Innovation Catalysts: The Sónar Festival network. *Event Management*, 21(5), 621–634. <https://doi.org/10.3727/152599517X15053272359077>
- Costantini, S., (2020). From Music Scenes to Musicalized Networks: A Critical Perspective on Digitalization. In Tofalvy B. and Barna E. (Eds.). *Popular Music, Technology, and the Changing Media Ecosystem* (pp.43–58). London: Palgrave Macmillan
- Corby, T. (Ed.) (2005). *Network Art: Practices and positions*. London: Routledge
- Cormany, D. L. (2015). Coachella Fans, Online and Translocal. *Journal of Popular Music Studies*, 27(2), 184–198. <https://doi.org/10.1111/jpms.12120>

- Covaleski, M. A., & Dirsmith, M. W. (1988). An Institutional Perspective on the Rise, Social Transformation, and Fall of a University Budget Category. *Administrative Science Quarterly*, 33(4), 562–587. <https://doi.org/10.2307/2392644>
- Crane, D. (1992). *The Production of Culture. Media and the Urban Arts*. London: SAGE
- Crane, D. (2002). *Culture and Globalization. Theoretical Models and Emerging Trends*. London: Routledge
- Crompton, J. & McKay, S. (1994). Measuring the Economic Impact of Festivals and Events: Some myths, misapplications and ethical dilemmas. *Festival Management and Event Tourism*, 2(1), 33–43. <https://doi.org/10.3727/106527094792335782>
- Crossley, N. (2019). *Connecting sounds: The social life of music*. Manchester: Manchester University Press
- Crossley, N., & Bottero, W. (2015). Social spaces of music: Introduction. *Cultural Sociology*, 9(1), 3-19. <https://doi.org/10.1177/1749975514546236>
- Cummings, J. (2014). The Greening of the Music Festival Scene: An Exploration of Sustainable Practices and Their Influence on Youth Culture. In Bennett, A., Taylor J., & Woodward I. (Eds.), *The Festivalization of Culture* (pp. 169–187). Farnham: Ashgate
- Cummings, J., Woodward, I., & Bennett, A. (2011). Festival Spaces, Green Sensibilities and Youth Culture. In Giorgi L., Sassatelli, M., & Delanty, G. (Eds.), *Festivals and the Cultural Public Sphere* (pp. 142–155). New York: Routledge
- De Geus, S., Richards, G., & Toepoel, V. (2016). Conceptualisation and Operationalisation of Event and Festival Experiences: Creation of an Event Experience Scale. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 16(3), 274–296. <https://doi.org/10.1080/15022250.2015.1101933>
- DiMaggio, P.J. (2000). The Production of scientific change: Richard Peterson and the institutional turn in cultural sociology. *Poetics*, 28:107–136.
- DiMaggio, P.J. & Powell, W. W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, 48, 147–160. <https://doi.org/10.2307/2095101>
- DiMaggio, P. J. & Powell, W.W. (Eds.) (1991) *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Chicago: University of Chicago Press
- Dowd, T. J. (2007). Innovation and diversity in cultural sociology. Notes on Peterson and Berger's classic article. *Sociologica*. <https://doi.org/10.2383/24213>
- Dowd, T. J. (2014). Music festivals as trans-national scenes: The case of progressive rock in the late twentieth and early twenty-first centuries. In Bennett A., Taylor J., and Woodward I. (Eds.), *The Festivalization of Culture* (pp. 147–168). Farnham: Ashgate
- Dowd, T. J., Liddle, K., & Nelson, J. (2004). Music festivals as scenes: Examples from serious music, women's music, and skatepunk. In Bennett, A. & Peterson R.A. (Eds.). *Music Scenes: Local, Translocal and Virtual* (pp.149–67). Nashville: Vanderbilt University Press
- Druckrey, T. & Ars Electronica (1999). *Ars Electronica: Facing the future. A survey of two decades*. Cambridge and London: The MIT Press

- Duffy, M., Waitt, G., Gorman-Murray, A. & Gibson, C. (2011). Bodily Rhythms: Corporeal capacities to engage with festival spaces. *Emotion, Space and Society*, 4(1), 17–24. <https://doi.org/10.1016/j.emospa.2010.03.004>
- Duffy, M. (2014). The Emotional Ecologies of Festivals. In Bennett, A., Taylor J., & Woodward, I. (Eds.), *The Festivalization of Culture* (pp. 229–250). Farnham: Ashgate
- Dunne, C. (2011). The place of the literature review in grounded theory research. *International journal of social research methodology*, 14(2), 111-124. <https://doi.org/10.1080/13645579.2010.494930>
- Durkheim, E. (1912). *The Elementary Forms of Religious Life*. Glencoe: Free Press, 1954
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Spurr, R. (2005). Estimating the Impacts of Special Events on an Economy. *Journal of Travel Research*, 43(4), 351–359. <https://doi.org/10.1177/0047287505274648>
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Spurr, R. (2006). Assessing the Economic Impacts of Events: A computable general equilibrium approach. *Journal of Travel Research*, 45(1), 59–66. <https://doi.org/10.1177/0047287506288907>
- Elstad, B. (2003). Continuance commitment and reasons to quit: A study of volunteers at a jazz festival. *Event Management*, 8(2), 99-108. <https://doi.org/10.3727/152599503108751757>
- Emirbayer, M. (1997). Manifesto for a relational sociology. *American journal of sociology*, 103(2), 281-317. <https://doi.org/10.1086/231209>
- Everts, R., Berkers, P., & Hitters, E. (2022). Milestones in music: Reputations in the career building of musicians in the changing Dutch music industry. *Poetics*, 92, 101647. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2022.101647>
- Fabiani, J. L. (2011). Festivals, Local and Global: Critical Interventions and the Cultural Public Sphere. In Giorgi, L., Sassatelli M., & Delanty, G. (Eds.), *Festivals and the Cultural Public Sphere* (pp. 92–107). New York: Routledge
- Falassi, A. (Ed.) (1987). *Time Out of Time: Essays on the festival*. Albuquerque: University of New Mexico Press
- Ferdinand, N., & Williams, N. L. (2018). The making of the London Notting Hill Carnival festivalscape: Politics and power and the Notting Hill Carnival. *Tourism Management Perspectives*, 27, 33–46. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.04.004>
- Ferguson, J. R. & Brown, A. R. (2016). Fostering a Post-Digital Avant-Garde: Research-led teaching of music technology. *Organised Sound*, 21(2), 127–137. <https://doi.org/10.1017/S1355771816000054>
- Finnegan, R., & Finnegan, R. H. (2007). *The hidden musicians: Music-making in an English town*. Wesleyan University Press
- Fischer-Lichte, E. (2008). *The Transformative Power of Performance. A New Aesthetics*. London: Routledge
- Fisker, J. K., Kwiatkowski, G., & Hjalager, A. M. (2019). The Translocal Fluidity of Rural Grassroots Festivals in the Network Society. *Social & Cultural Geography*, 22(2), 250–272. <https://doi.org/10.1080/14649365.2019.1573437>

- Fligstein, N. (1997). Social Skill and Institutional Theory. *American Behavioral Scientist*, 40(4), 397–405. <https://doi.org/10.1177/0002764297040004003>
- Fligstein, N. & McAdam, D. (2012). *A Theory of Fields*. Oxford: Oxford University Press
- Galuszka, P. (2022). Showcase festivals as a gateway to foreign markets. In Anderton C. and Pisfil A. (Eds.) *Researching Live Music. Gigs, Tours, Concerts and Festivals*. (pp. 56–67). New York: Routledge
- Garcia, B. (2004). Urban Regeneration, Arts Programming and Major Events: Glasgow 1990, Sydney 2000, Barcelona 2004. *International Journal of Cultural Policy*, 10(1), 103–118. <https://doi.org/10.1080/1028663042000212355>
- Getz, D. (2012). Event Studies: Discourses and Future Directions. *Event Management*, 16(2), 171–187. <https://doi.org/10.3727/152599512X13343565268456>
- Getz, D., & Andersson, T. D. (2008). Sustainable Festivals: On Becoming an Institution. *Event Management*, 12(1), 1–17. <https://doi.org/10.3727/152599509787992625>
- Getz, D., Andersson, T. D. & Carlsen J. (2010). Festival management studies: Developing a framework and priorities for comparative and cross-cultural research. *International Journal of Event Management*, 1(1), 29–59. <https://doi.org/10.1108/17852951011029298>
- Gibson, C. & Connell, J. (2012). *Music Festivals and Regional Development in Australia*. Farnham: Ashgate
- Giorgi, L. (2011). Between Tradition, Vision and Imagination: The Public Sphere of Literature Festivals. In Giorgi, L., Sassatelli, M., & Delanty, G. (Eds.), *Festivals and the Cultural Public Sphere*. New York: Routledge
- Giorgi, L., Sassatelli, M., & Delanty, G. (Eds.) (2011). *Festivals and the Cultural Public Sphere*. New York: Routledge
- Graham, B. & Cook, S. (2010). *Rethinking Curating: Art after new media*. Cambridge and London: MIT Press
- Gérôme, G. (2006). *La production de la culture. Le cas des musiques amplifiées en France*. Guichen, Éditions Mélanie Seteun.
- Gérôme, G. (2012). La notion de scène locale. Pour une approche renouvelée de l'analyse des courants musicaux. In Dorin, S. *Sound Factory*. (pp.93-124). Editions Mélanie Séteun
- Gómez-de-Castro, A. (2016). *La gestión, organización y producción de eventos culturales. Un estudio de caso:: Festival Sónar. Music, Creativity & Technology (1994-2013)* (Doctoral dissertation, Universidad Camilo José Cela)
- Henderson, S. (2011). The Development of Competitive Advantage through Sustainable Event Management. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 3(3), 245–257. <https://doi.org/10.1108/175542111111142202>
- Hesmondhalgh, D. (1999). Indie: The institutional politics and aesthetics of a popular music genre. *Cultural studies*, 13(1), 34-61. <https://doi.org/10.1080/095023899335365>
- Hesmondhalgh, D. (2005). Subcultures, scenes or tribes? None of the above. *Journal of youth studies*, 8(1), 21-40. <https://doi.org/10.1080/13676260500063652>

- Hill, A. (2002). Acid House and Thatcherism: Noise, the mob, and the English countryside. *British Journal of Sociology* 53(1), 89–105. <https://doi.org/10.1080/00071310120109348>
- Hirsch, A. J. (2019). *Creating the Future. A brief history of Ars Electronica 1979–2019*. Linz: Hatje Cantz
- Hitters, E. (2007). Porto and Rotterdam as European Capitals of Culture: Toward the Festivalization of Urban Cultural Policy. In Richards G. (ed.) *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives*, 281–301. New York: The Haworth Press.
- Hollands, R. (2002). Divisions in the Dark: Youth cultures, transitions and segmented consumption spaces in the night-time economy. *Journal of Youth Studies*, 5(2), 153–171. <https://doi.org/10.1080/13676260220134421>
- Holt, F. (2016). New Media, New Festival Worlds. In Baade, C. and Deaville, J. (Eds.). *Music and the Broadcast Experience: Performance, production, and audiences* (pp. 275–292). New York and Oxford: Oxford University Press
- Holt, F. (2017). EDM Pop: A Soft Shell Formation in a New Festival Economy. In St. John G. (Ed.). *Weekend Societies. Electronic dance music festivals and event-cultures* (pp. 25–43). New York: Bloomsbury Academic
- Inglis, C. (2021) Focus Wales: A showcase festival of music performance and education. *Journal of Popular Music Education*, 5 (1), 113. https://doi.org/10.1386/jpme_00046_1
- Irvine, R. J., Keane, M., Felgate U. P., McCann, D., Callaghan, P. D., & White, J. M. (2006) Plasma Drug Concentrations and Physiological Measures in 'Dance Party' Participants. *Neuropsychopharmacology*, 31, 424–30. <https://doi.org/10.1038/sj.npp.1300896>
- Jakob, D. (2013). The Eventification of Place: Urban Development and Experience Consumption in Berlin and New York City. *European Urban and Regional Studies*, 20 (4): 447–459. <https://doi.org/10.1177/0969776412459860>
- Jarman, D. (2018). Festival Community Networks and Transformative Place-making. *Journal of Place Management and Development*, 11(3), 335–349. <https://doi.org/10.1108/JPMD-06-2017-0062>
- Jarman, D. (2021). Festival to Festival: Networked relationships between fringe festivals. *Event Management*, 25(1), 99–113. <https://doi.org/10.3727/152599520X15894679115510>
- Johanson, K. & Glow, H. (2018). Reinstating the Artist's Voice: Artists' perspectives on participatory projects. *Journal of Sociology*, 55(3), 411–425. <https://doi.org/10.1177/1440783318798922>
- Kahn, D. (2001). *Noise, water, meat: a history of sound in the arts*. Cambridge: The MIT Press.
- LaBelle, B. (2006). *Background Noise: Perspectives on sound art*. New York: Continuum International Publishing Group
- Laing, J. & Frost, W. (2010). How Green Was My Festival: Exploring challenges and opportunities associated with staging green events. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 261–267. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.10.009>
- Laloti, V. (2013). Stay in Synch: Performing cosmopolitanism in an Athens festival. *Dancecult: Journal of Electronic Dance Music Culture*, 5(2) 131–151.

- Lampel, J. & Meyer, A. D. (2008). Field-Configuring Events as Structuring Mechanisms: How Conferences, Ceremonies, and Trade Shows Constitute New Technologies, Industries, and Markets. *Journal of Management Studies*, 45, 1025 – 1035. DOI: 10.1111/j.1467-6486.2005.00534.x
- Leadbeater, C., & Oakley, K. (1999). *The independents: Britain's new cultural entrepreneurs*. London: Demos
- Lee, Y., Lee, C., Lee, S., & Babin, B. J. (2008). Festivalscapes and patron's emotions, satisfaction, and loyalty. *Journal of Business Research*, 61(1), 56–64. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.05.009b>
- Lee T.S. & Chang P. (2017). Examining the relationships among festivalscape, experiences, and identity: evidence from two Taiwanese aboriginal festivals, *Leisure Studies*, 3(4), 453–467. <https://doi.org/10.1080/02614367.2016.1190857>
- Lena, J.C., & Peterson R.A. (2012). *Banding Together: How Communities Create Genres in Popular Music*. Princeton: Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400840458>
- Lena, J. C., & Peterson, R. A. (2008). Classification as Culture: Types and Trajectories of Music Genres. *American Sociological Review*, 73(5), 697–718. <https://doi.org/10.1177/000312240807300501>
- Liao, J. (2011). No more dancing for gods: Constructing Taiwanese/Chinese identity through the Ilisin. *Leisure studies*, 30(1), 63–83. <https://doi.org/10.1080/02614367.2010.506647>
- Li, Z. & Zhang X. (2023). Grotesque and transformative practices: a new understanding of transformational festival experience. *Current Issues in Tourism*. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2271120>
- Luostarinen, N. & Schrag, A. (2021). Rehearsing for the Future: Play, place and art. *International Journal of Play*, 10(2), 179–194. <https://doi.org/10.1080/21594937.2021.1934947>
- Magaudda, P. (2009). Processes of institutionalisation and 'symbolic struggles' in the 'independent music' field in Italy. *Modern Italy*, 14(3), 295–310. <https://doi.org/10.1080/13532940802556578>
- Magaudda, P. (2014). Dalle periferie al museo. Note sul processo di legittimazione culturale della musica elettronica da ballo. *Philomusica on-line*, 13(2), 157–170. <http://dx.doi.org/10.6092/1826-9001.13.1716>
- Magaudda, P. (2017). Towards a Cosmopolitan Weekend Dance Culture in Spain: From the Ruta Destroy to the Sónar Festival. In St John, G. (Ed.), *Weekend Societies. Electronic dance music festivals and event-cultures* (pp. 175–194). New York: Bloomsbury Academic
- Magaudda, P. (2020). Music Scenes as Infrastructures: From Live Venues to Algorithmic Data. In Tofalvy B. and Barna E. (Eds.). *Popular Music, Technology, and the Changing Media Ecosystem* (pp. 23–42). London: Palgrave Macmillan
- Mair, J. & Laing, J. (2012). The Greening of Music Festivals: Motivations, barriers and outcomes – applying the Mair and Jago model. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(5), 683–700. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.636819>

- Malbon, B. (1999). *Clubbing: Dancing, ecstasy and vitality*. New York: Routledge
- Manovich, L. (2001a). *The Language of New Media*. Cambridge: MIT Press
- Manovich, L. (2001b). *Post-Media Aesthetics*. <http://manovich.net/index.php/projects/post-media-aesthetics>
- Manovich, L. (2003). *Don't Call it Art*. <http://manovich.net/index.php/projects/don-t-call-it-art>
- Marconi, L. (2014). Dai club ai festival. Le musiche elettroniche nei discorsi di alcuni adetti ai lavori italiani, *Philomusica on-line*, 13(2), 1–20. <http://dx.doi.org/10.6092/1826-9001.13.1709>
- Marques, L., Borba, C., & Michael, J. (2021). Grasping the Social Dimensions of Event Experiences: Introducing the Event Social Interaction Scale (ESIS). *Event Management*, 25(1), 9–26. <https://doi.org/10.3727/152599520X15894679115448>
- Mason, M. C., & Paggiaro, A. (2012). Investigating the role of festivalscape in culinary tourism: The case of food and wine events. *Tourism Management*, 33, 1329–1336. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.12.016>
- McGuigan, J. (2011). The Cultural Public Sphere: A Critical Measure of Public Culture? In Giorgi, L., Sassatelli, M., & Delanty, G. (Eds.), *Festivals and the Cultural Public Sphere*. New York: Routledge
- McHugh, G. (2010) *Post-internet. Notes on the Internet and Art 12.29.09 > 09.05.10*. Brescia: Link Editions
- McLeod, K. (2001). Genres, Subgenres, Sub-Subgenres and More: Musical and Social Differentiation Within Electronic/Dance Music Communities. *Journal of Popular Music Studies*, 13(1), 59–75. <https://doi.org/10.1080/152422201317071651>
- Mediabrand, (2023). *Oh, Holy Festivals! Observatorio de marcas en festivales*. (<https://ohholysfestivals.com>)
- Miller, B. A., Furr-Holden, C. D., Voas, R. B., & Bright, K. (2005). Emerging Adults' Substance Use and Risky Behaviors in Club Settings. *Journal of Drug Issues*, 35(2), 357–378. <https://doi.org/10.1177/002204260503500207>
- Miller, P. D. (2008). *Sound Unbound: Sampling digital music and culture*. Cambridge: MIT Press
- Montano, E. (2011). Festival Fever and International DJs: The changing shape of DJ culture in Sydney's commercial electronic dance music scene. *Dancecult: Journal of Electronic Dance Music Culture*, 2(1), 63–89.
- Montano, E. (2017). Stereosonic and Australian Commercial EDM Festival Culture. In St John, G. (Ed.), *Weekend Societies: Electronic dance music festivals and event-cultures* (pp. 45–68). New York: Bloomsbury Academic
- Morey, Y., Bengry-Howell A., Griffin C., Szmigin I., & Riley, S. (2014). Festivals 2.0: Consuming, Producing and Participating in the Extended Festival Experience. In Bennett, A., Taylor J., & Woodward I. (Eds.), *The Festivalization of Culture* (pp. 251–268). Farnham: Ashgate
- Morgan, M. (2008). What Makes a Good Festival? Understanding the event experience. *Event Management*, 12(2), 81–93. <https://doi.org/10.3727/152599509787992562>

- Mulder, M., Hitters, E., & Rutten, P. (2020). The impact of festivalization on the Dutch live music action field: a thematic analysis. *Creative Industries Journal*, 14(3), 245–268. <https://doi.org/10.1080/17510694.2020.1815396>
- Negus, K. (1995). Where the mystical meets the market: creativity and commerce in the production of popular music. *The Sociological Review*, 43(2), 316–341. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1995.tb00606.x>
- Negus, K. (2002). The work of cultural intermediaries and the enduring distance between production and consumption. *Cultural studies*, 16(4), 501–515. <https://doi.org/10.1080/09502380210139089>
- Neolabels, (2020). Oh, Holy Festivals. Observatorio de marcas en festivales.
- Nowak, R., & Whelan, A. (2016). (Eds.) *Networked Music Cultures. Pop Music, Culture and Identity*. London: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/978-1-137-58290-4_8
- Nowak, R., & Whelan, A. (2018). Vaporwave Is (Not) a Critique of Capitalism: Genre Work in An Online Music Scene. *Open Cultural Studies*, 2 (1), 451–462. <https://doi.org/10.1515/culture-2018-0041>
- Oliver, C. (1991). Strategic Responses to Institutional Processes. *The Academy of Management Review*, 16(1), 145–179. <https://doi.org/10.2307/258610>
- O'Rourke, S., Irwin, D., & Straker, J. (2011). Dancing to Sustainable Tunes: An exploration of music festivals and sustainable practices in Aotearoa. *Annals of Leisure Research*, 14(4), 341–354. <https://doi.org/10.1080/11745398.2011.639383>
- Papastergiadis, N. & Martin, M. (2011). Art Biennales and Cities as Platforms for Global Dialogue. In Giorgi, L., Sassatelli, M., & Delanty, G. (Eds.), *Festivals and the Cultural Public Sphere* (pp. 45–62). New York: Routledge
- Partridge, C. (2006). The Spiritual and the Revolutionary: Alternative Spirituality, British Free Festivals, and the Emergence of Rave Culture. *Culture and Religion*, 7(1), 41–60. <https://doi.org/10.1080/01438300600625408>
- Paul, C. (Ed.) (2016). *A companion to digital art*. Oxford: Wiley Blackwell
- Paul, C., Levy, M. (2015). Genealogies of the New Aesthetic. In Berry, D.M., Dieter, M. (Eds.) *Postdigital Aesthetics*. London: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9781137437204_3
- Pegg, S. & Patterson, I. (2010). Rethinking Music Festivals as a Staged Event: Gaining insights from understanding visitor motivations and the experiences they seek. *Journal of Convention & Event Tourism*, 11(2), 85–99. <https://doi.org/10.1080/15470141003758035>
- Peterson, R.A. (1973). The Unnatural History of Rock Festivals: An Instance of Media Facilitation. *Popular Music & Society*, 11(2), 97–123. <https://doi.org/10.1080/03007767308591005>.
- Peterson, R.A. (ed.) (1976). *The Production of Culture*. London: Sage
- Peterson, R.A. (1992). Understanding audience segmentation: From elite and mass to omnivore and univore. *Poetics*, 21(4), 243–258. [https://doi.org/10.1016/0304-422X\(92\)90008-Q](https://doi.org/10.1016/0304-422X(92)90008-Q)

- Peterson, R.A. (1994). Culture Studies Through the Production Perspective: Progress and Prospects. In Crane, D. (Ed.) *The Sociology of Culture* (pp. 163–90). Oxford: Blackwell
- Peterson, R.A. (2000). Two Ways Culture is Produced. *Poetics* 28(2/3): 225–33.
[https://doi.org/10.1016/S0304-422X\(00\)00023-1](https://doi.org/10.1016/S0304-422X(00)00023-1)
- Peterson, R.A. & Anand, N. (2004). The Production of Culture Perspective, *Annual Review of Sociology*, 30: 311–34. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.30.012703.110557>
- Peterson, R. A., & Kern, R. M. (1996). Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore. *American Sociological Review*, 61(5), 900–907. <https://doi.org/10.2307/2096460>
- Petiau, A. (2017). Free Parties and Teknivals: Gift-Exchange and Participation on the Margins of the Market and the State. In St John, G. (Ed.), *Weekend Societies. Electronic dance music festivals and event-cultures* (pp. 159–172). New York: Bloomsbury Academic
- Picard, D. & Robinson, M. (2006). *Festivals, Tourism and Social Change: Remaking Worlds*. Bristol, Blue Ridge Summit: Channel View Publications.
<https://doi.org/10.21832/9781845410490>
- Posch, I., Ogawa, H., Lindinger, C., Haring, R., & Hörtner, H. (2010). Introducing the FabLab as Interactive Exhibition Space. *Proceedings of the 9th International Conference on Interaction Design and Children*, 254–257. <https://doi.org/10.1145/1810543.1810584>
- Quaranta, D. (2010). *Media, New Media, Postmedia*. Milan: Postmedia Books
- Quinn, B. (2005a). Arts Festivals and the City. *Urban Studies*, 42(5/6), 927–943.
<https://doi.org/10.1080/00420980500107250>
- Quinn, B. (2005b). Changing Festival Places: Insights from Galway. *Social & Cultural Geography*, 6(2), 237–252. <https://doi.org/10.1080/14649360500074667>
- Ragsdell, G., & Jepson, A. (2014). Knowledge sharing: insights from Campaign for Real Ale (CAMRA) Festival volunteers. *International Journal of Event and Festival Management*, 5(3), 279–296. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-11-2013-0028>
- Regev, M. (2007). Cultural Uniqueness and Aesthetic Cosmopolitanism. *European Journal of Social Theory*, 10(1), 123–138. <https://doi.org/10.1177/1368431006068765>
- Regev, M. (2011). International festivals in a small country: Rites of recognition and cosmopolitanism. In Giorgi, L., Sassatelli, M., & Delanty, G. (Eds.), *Festivals and the Cultural Public Sphere* (pp. 108–123). New York: Routledge
- Reyes-Criado, J.L. (2020). Flussi di convergenza tra musica elettronica e pratiche artistiche nell'era post-internet. *Advanced Festival, ibridazione negli artisti millenials nel decennio 2010-2020*. Universidad de Pisa.
- Reyes-Criado, J. L. (2023). Situated Formats Around the Science-Art-Technology Debate: An Introduction to European Digital Arts Festivals (DAF). *Artnodes*, 32, pp. 1-9.
<https://doi.org/10.7238/artnodes.v0i32.412422>
- Reynolds, S. (1998). *Energy Flash: A Journey through rave music and dance culture*. London: Picador
- Reynolds, S. (2013). *Generation ecstasy: Into the world of techno and rave culture*. London: Routledge.

- Reynolds, S. (2019). *The Rise of Conceptronica. Why so much electronic music this decade felt like it belonged in a museum instead of a club*. Pitchfork. October 10.
<https://pitchfork.com/features/article/2010s-rise-of-conceptronica-electronic-music/>
- Richards, G. (2007). The Festivalization of Society or the Socialization of Festivals? The Case of Catalunya. In G. Richards (Ed.), *Cultural Tourism. Global and Local Perspectives*, 257–280. Binghamton, NY: Haworth
- Richards, G. (2010). *Leisure in the Network Society: From Pseudo-Events to Hyperfestivity?*. Tilburg: Tilburg University
- Richards, G. (2015). Events in the Network Society: The Role of Pulsar and Iterative Events. *Event Management*, 19 (4), 553–566.
<https://doi.org/10.3727/152599515X14465748512849>
- Richards, G., De Brito, M., & Wilks, L. (Eds.) (2013). *Exploring the Social Impacts of Events*. London: Routledge
- Richards, G. & Jarman, D. (2021). Events as Platforms, Networks, and Communities. *Event Management*, 25(1), 1–7. <https://doi.org/10.3727/152599520X15894679115420>
- Richards, G. & Palmer, R. (2010). *Eventful Cities: Cultural management and urban revitalization*. Amsterdam: Elsevier
- Richards, G. & Wilson, J. (2004). The Impact of Cultural Events on City Image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001. *Urban Studies*, 41(10), 1931–1951.
<https://doi.org/10.1080/0042098042000256323>
- Rius Ulldemolins, J. (2014). Culture and Authenticity in Urban Regeneration Processes: Place branding in central Barcelona. *Urban Studies*, 51(14), 3026–3045.
<https://doi.org/10.1177/0042098013515762>
- Roads, C. (2003). The Perception of Microsound and its Musical Implications. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 272-281. <https://doi.org/10.1196/annals.1284.038>
- Robertson, M., Yeoman, I., Smith, K. A., & McMahon-Beattie, U. (2015). Technology, Society, and Visioning The Future of Music Festivals. *Event Management*, 19(4), 567–587.
<https://doi.org/10.3727/152599515X14465748774001>
- Robette, N. & Roueff, O. (2014) An eclectic eclecticism: Methodological and theoretical issues about the quantification of cultural omnivorism. *Poetics*, 47, 23–40.
- Robinson, M.; Picard, D. & Long, P. (2004). Introduction Festival Tourism: Producing, Translating, and Consuming Expressions of Culture(s). *Event Management*, 8(4), 187–189. <https://doi.org/10.3727/1525995031436836>
- Roche, M. (2011). Festivalization, cosmopolitanism and European culture: On the sociocultural significance of mega-events. In Giorgi, L., Sassatelli, M., & Delanty, G. (Eds.), *Festivals and the Cultural Public Sphere* (pp. 124–141). New York: Routledge
- Rowen, I. (2020). The transformational festival as a subversive toolbox for a transformed tourism: lessons from Burning Man for a COVID-19 world. *Tourism Geographies*, 22(3), 695–702. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759132>
- Santoro, M. (2008). Culture As (And After) Production. *Cultural Sociology*, 2(1), 7-31.
<https://doi.org/10.1177/1749975507086273>

- Sassatelli, M. (Ed.) (2008). *European Public Culture and Aesthetic Cosmopolitanism*. Euro-festival Project, Deliverable 1.1. Available at https://www.academia.edu/1612289/European_public_culture_and_aesthetic_cosmopolitanism(original-source URL disabled)
- Sassatelli, M. (2011). Urban Festivals and the Cultural Public Sphere: Cosmopolitanism between Ethics and Esthetics. In Giorgi, L., Sassatelli, M., & Delanty, G. (Eds.), *Festivals and the Cultural Public Sphere* (pp. 12–28). New York: Routledge
- Saunders, B., Sim J., Kingstone T., et al. (2018). Saturation in Qualitative Research: exploring Its Conceptualization and Operationalization. *Quality & Quantity*, 52(4), 1893–1907. <https://doi.org/10.1007/s11135-017-0574-8>
- Shahar, I. (2017). Between books and politics: Cairo International Book Fair as a field configuring event. *History and Anthropology*, 28(2), 166-187. <https://doi.org/10.1080/02757206.2016.1268135>
- Schmidt, B. (2017). Boutiquing at the Raindance Campout: Relational Aesthetics as Festival Technology. In St John, G. (Ed.), *Weekend Societies: Electronic dance music festivals and event-cultures* (pp. 93–114). New York: Bloomsbury Academic
- Schmitt, B. (2011). Experience marketing: Concepts, frameworks and consumer insights. *Foundations and Trends® in Marketing*, 5(2), 55-112. <http://dx.doi.org/10.1561/17000000027>
- Schmitt, B., & Zarantonello, L. (2013). Consumer experience and experiential marketing: A critical review. *Review of marketing Research*, 25-61. [https://doi.org/10.1108/S1548-6435\(2013\)0000010006](https://doi.org/10.1108/S1548-6435(2013)0000010006)
- Schüßler E., Grabher G. & Müller-Seitz (2015). Field-Configuring Events: Arenas for Innovation and Learning?, *Industry and Innovation*, 22(3), 165-172. <https://doi.org/10.1080/13662716.2015.1038098>
- Schüßler, E., & Sydow, J. (2015). Organizing events for configuring and maintaining creative fields. In Candace, J., Lorenzen, M., & Sapsed, J. (Eds). *The Oxford Handbook of Creative Industries*, (pp. 284–300). Oxford: Oxford University Press
- Scott, W.R. (1995) *Institutions and Organizations*, London: Sage
- Segal, J. & Blumauer, C. (2011). Cannes: A French International Festival'. In Giorgi, L., Sassatelli, M., & Delanty, G. (Eds.), *Festivals and the Cultural Public Sphere* (pp. 156–172). New York: Routledge
- Selmi, N., Bahri-Ammari, N., Soliman, M., & Hanafi, I. (2021). The impact of festivalscape components on festivalgoers' behavioral intentions: The case of the International Festival of Carthage. *Journal of Convention & Event Tourism*, 22(4), 324-345.
- Shahar, I. (2017). Between books and politics: Cairo International Book Fair as a field configuring event. *History and Anthropology*, 28(2), 166–187. <https://doi.org/10.1080/02757206.2016.1268135>
- Shintani, J. (2006). Sónar 2005: Advanced music and multimedia art. *Computer Music Journal*, 30(1), 83–86. <https://doi.org/10.1162/comj.2006.30.1.83>
- Shintani, J. & Kara, M. (2010). Sónar in 2009: 16th Barcelona International Festival of Advanced Music and Multimedia Art. *Computer Music Journal*, 34(3), 67–69. https://doi.org/10.1162/COMJ_r_00007

- Small, K. (2007). Social Dimensions of Community Festivals: An application of factor analysis in the development of the Social Impact Perception (SIP) scale. *Event Management*, 11(1), 45–55. <https://doi.org/10.3727/152599508783943219>
- Snowball, J. D. (2007). *Measuring the value of culture: Methods and examples in cultural economics*. Springer Science & Business Media.
- Stake, R. E. (2005). Qualitative Case Studies. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The Sage handbook of qualitative research* (3rd ed., pp. 443–466). London: SAGE
- Stake, R. E. (2010). *Qualitative research: Studying how things work*. New York: The Guilford Press.
- St John, G. (2009). *Technomad: Global raving countercultures*. London: Equinox
- St. John, G. (2012). *Global Tribe: Technology, spirituality and psytrance*. Sheffield: Equinox
- St John, G. (Ed.) (2017). *Weekend Societies. Electronic dance music festivals and event-cultures*. New York: Bloomsbury Academic
- Sterne, J. (2012). *MP3: The meaning of a format*. Durham: Duke University Press.
- Sterne, J., & Razlogova, E. (2021). Tuning sound for infrastructures: artificial intelligence, automation, and the cultural politics of audio mastering. *Cultural Studies*, 35(4-5), 750-770. <https://doi.org/10.1080/09502386.2021.1895247>
- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research techniques. Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. Los Angeles: SAGE
- Straw, W. (1991). Systems of Articulation, Logics of Change: Communities and Scenes in Popular Music. *Cultural Studies*, 5 (3): 368–388. <https://doi.org/10.1080/09502389100490311>
- Stubbs, D. (2018). *Mars by 1980. The story of electronic music*. London: Faber & Faber Limited
- Swartz, D. L. (2014). Theorizing fields: Neil Fligstein and Doug McAdam: A Theory of Fields. Oxford and New York: Oxford University Press, 2012. *Theory and Society*, 43, 675-682. <https://doi.org/10.1007/s11186-014-9237-0>
- Tarassi, S. (2018). Multi-tasking and making a living from music: Investigating music careers in the independent music scene of Milan. *Cultural Sociology*, 12(2), 208-223. <https://doi.org/10.1177/1749975517733221>
- Tassin, D. (2005). *Rock et production de soi: une sociologie de l'ordinaire des groupes et des musiciens*. Paris: Editions L'Harmattan.
- Thornton, S. (1996). *Club Cultures: Music, media, and subcultural capital*. Cambridge: Polity Press
- Thorkildsen, K. L., & Rykkja, A. (2022). Showcase Festivals: Gatekeepers and Bridge Builders in the Music Industries. *International Journal of Music Business Research*, 11(2), 47-58. <https://doi.org/10.2478/ijmbr-2022-0006>
- Toraldo, M. L., & Islam, G. (2019). Festival and organization studies. *Organization Studies*, 40(3), 309-322. <https://doi.org/10.1177/0170840617727785>

- Toraldo, M. L., Islam, G., & Mangia, G. (2019). Serving time: Volunteer work, liminality and the uses of meaningfulness at music festivals. *Journal of Management Studies*, 56(3), 617-654. <https://doi.org/10.1111/joms.12414>
- Toraldo, M. L., Contu, A., & Mangia, G. (2016). The hybrid nature of volunteering: Exploring its voluntary exchange nature at music festivals. *Nonprofit and voluntary sector quarterly*, 45(6), 1130-1149. <https://doi.org/10.1177/0899764016649688>
- Turner, T. (2003). The Resonance of the Cubicle: Laptop performance in post-digital musics. *Contemporary Music Review*, 22(4), 81–92. <https://doi.org/10.1080/0749446032000156928>
- Turner, V. (1982). *Celebration: Studies in festivity and ritual*. Washington, DC: Smithsonian Institution Press
- Valderrama Santomé, M., & Crespo-Pereira, V. (2021). Festivales de música y marketing experiencial: efectos para marca, organizador y espectador. *aDResearch ESIC: International Journal of Communication Research/Revista Internacional de Investigación en Comunicación*, 26(26).
- van Eijck, K. (2000). Richard A. Peterson and the culture of consumption. *Poetics*, 28(2), 207–224. [https://doi.org/10.1016/S0304-422X\(00\)00022-X](https://doi.org/10.1016/S0304-422X(00)00022-X)
- van Veen, T. C. (2009). Convergence and Soniculture: 10 Years of MUTEK. *Dancecult. Journal of Electronic Dance Music Culture*, 1(1), 95–117
- van Veen, T. C. (2017). Being-Scene at MUTEK: Remixing Spaces of Gender and Ethnicity in Electronic Music Performance. In St John, G. (Ed.), *Weekend Societies. Electronic dance music festivals and event-cultures* (pp. 195–217). New York: Bloomsbury Academic
- Vila-López, N., & Rodríguez-Molina, M. (2013). Event-brand transfer in an entertainment service: experiential marketing. *Industrial Management & Data Systems*, 113(5), 712-731. <https://doi.org/10.1108/02635571311324160>
- Wallace, W. S., Hatch, G., & Soehner, C. (2021). Measuring the impact of a library-hosted showcase event. *The Journal of Academic Librarianship*, 47(5). <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2021.102428>
- Warde, A., Wright, D., & Gayo-Cal, M. (2007). Understanding Cultural Omnivorousness: Or, the Myth of the Cultural Omnivore. *Cultural Sociology*, 1(2), 143-164. <https://doi.org/10.1177/1749975507078185>
- Wagh, M. (2017) 'My Laptop Is an Extension of My Memory and Self': Post-Internet identity, virtual intimacy and digital queering in online popular music. *Popular Music*, 36(2), 233–251. <https://doi.org/10.1017/S0261143017000083>
- Weibel, P. (2020). *Sound Art. Sound as a medium of art*. Cambridge: MIT Press
- Whelan, A. (2020). “Do You Have a Moment to Talk About Vaporwave?” Technology, Memory, and Critique in the Writing on an Online Music Scene. In Tofalvy B. and Barna E. (Eds.). *Popular Music, Technology, and the Changing Media Ecosystem* (pp.185–200). London: Palgrave Macmillan

- Wilderom, R. & Venrooij A. (2019). Intersecting fields: The influence of proximate field dynamics on the development of electronic/dance music in the US and UK. *Poetics*. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2019.101389>
- Willems-Braun, B. (1994). Situating Cultural Politics: Fringe festivals and the production of spaces of intersubjectivity. *Environment and Planning D: Society and Space*, 12(1), 75–104. <https://doi.org/10.1068/d120075>
- William-Bailey T. B. (2012). *MicroBionic: Radical electronic music and sound art in the 21st century*. Belsona Books
- Wood, E.H. & Moss, J. (2015). Capturing emotions: experience sampling at live music events. *Arts and the Market*, 5(1), 45-72. <https://doi.org/10.1108/AM-02-2013-0002>
- Wooten, M., & Hoffman, A. J. (2017). Organizational fields: Past, present and future. In Greenwood, R. et al. (Eds.). *The Sage handbook of Organizational Institutionalism*, (pp.55–74). London: SAGE
- Yang, J., Yingkang Gu & Jian Cen. (2011). Festival Tourists' Emotion, Perceived Value, and Behavioral Intentions: A Test of the Moderating Effect of Festivalscape, *Journal of Convention & Event Tourism*, 12(1), 25–44, <https://doi.org/10.1080/15470148.2010.551292>
- Yeoman, I., Robertson, M., McMahon-Beattie, U. et al. (Eds.). (2015). *The Future of Events & Festivals*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203370391>