



LAS FESTIVIDADES Y LOS EVENTOS PROGRAMADOS EN BAJA CALIFORNIA: UN ABANICO DE POSIBILIDADES PARA EL TURISMO CULTURAL

Número 11 Julio 2014

PRESENTACIÓN

Las tendencias internacionales muestran que la oferta de paisajes y recursos asociados a la cultura local de un destino se ha convertido en un elemento importante porque motiva viajes turísticos (Devesa, Laguna y Palacios, 2010). En este sentido, México es un país reconocido internacionalmente por su riqueza cultural, que abarca desde evidencias de la vida de las civilizaciones antiguas, hasta fiestas tradicionales y expresiones contemporáneas que exhiben gran variedad gastronómica y musical, entre otras; riqueza que refleja la gran diversidad cultural que impera en todo su territorio.

A pesar de lo anterior, existe la idea de que el noroeste mexicano no cuenta con expresiones culturales e identidad propias; concepción influenciada por su lejanía con el centro del país, por la ausencia de grandes civilizaciones prehispánicas y por la marcada influencia cultural que tiene Estados Unidos sobre esta región. Esos discursos nacionalistas y hegemónicos son rebatibles cuando observamos la variedad y riqueza de recursos culturales que tienen particularidades que los hacen distintos a los existentes en otros sitios: si bien no se cuenta con pirámides, sí existen importantes vestigios de la época misional así como una gran riqueza de recursos culturales intangibles como la gastronomía o algunas ceremonias indígenas, entre otros.

Baja California cuenta con un alto potencial para el desarrollo del turismo cultural, hasta la fecha se han registrado más de 600 recursos turísticos relacionados con este segmento, entre los que sobresalen los acontecimientos y eventos programados como los festivales artísticos y culturales.

Sin duda, en los últimos años el binomio turismo-cultura ha ido cobrando relevancia y la importancia del mismo se hace cada vez más palpable, basta citar la amplia gama de eventos culturales que se realizan en el estado y que atraen una enorme corriente de visitantes tanto nacionales como internacionales.

Debido a lo anterior, el **Observatorio Turístico de Baja California** presenta en esta edición de su boletín una breve descripción de la riqueza cultural con la que cuenta el estado así como un esbozo del potencial que los eventos culturales representan en diversos ámbitos como el económico, el social y el turístico. Para ello, se centra la atención en los acontecimientos y eventos programados, tomando como estudio de caso el festival Ópera en la Calle, mismo que durante 11 años se ha realizado en la ciudad de Tijuana y poco a poco ha ido ganando el interés de propios y extraños, lo que permite suponer que este festival llegó para quedarse y para enriquecer la vida de quienes aprecian esta expresión cultural.

*Salvo que se indique lo contrario, los datos estadísticos presentados en este boletín provienen de los estudios realizados por el **Observatorio Turístico de Baja California**.

Las imágenes fotográficas provienen del archivo fotográfico del **Observatorio Turístico y del banco de imágenes de la Secretaría de Turismo del Estado de Baja California.

**En las gráficas donde la suma de porcentajes no da como resultado 100 %, es debido al redondeo y/o a la proporción faltante corresponde a las respuestas "no sabe/no contestó" o "no especificado"



Centro Cultural Tijuana, Tijuana

Contenido

Introducción.....	2
Las festividades como atractivo para el turismo cultural.....	3
Recursos relacionados al turismo cultural en Baja california.....	5
Festival Ópera en la Calle: un espacio para la difusión cultural y la convivencia familiar en Tijuana.....	7
Principales características de los asistentes al 10º festival Ópera en la Calle.....	8
Visita al festival y derrama económica.....	9
Ópera en la Calle: una gran experiencia para repetir.....	10

Introducción

Desde las últimas décadas del siglo pasado, y hasta la actualidad, la sociedad ha estado fuertemente influenciada por el fenómeno de la globalización económica, social, política y cultural, que trajo consigo procesos que han permeado fuertemente todos los ámbitos de la vida cotidiana (Giddens, 2000; Keohane y Nye, 2001; Bauman, 2001; Castells, 2006). Si bien se reconoce que el proceso de globalización influye en la uniformización de las culturas y acentúa las desigualdades y la pobreza, paradójicamente también se admite que ha desencadenado mecanismos de resistencia frente a lo global, como el surgimiento de las identidades locales y la revalorización del patrimonio cultural y natural (García-Canclini, 2000; Giménez, 2002; Pizano *et al.*, 2004).

Una de las principales amenazas a las que se hace referencia cuando se habla de la posible homologación de la cultura es el riesgo de perder la autenticidad de la herencia cultural que las sociedades han ido construyendo a lo largo de su historia. En este tenor, mucho se ha escrito sobre los posibles efectos negativos que el turismo genera en las sociedades de acogida (Santana, 1997; Shaw y Williams, 1994), ya que existe un temor latente de que los turistas minimicen o desconozcan el valor del patrimonio cultural inmaterial del lugar que visitan, lo que eventualmente puede poner en riesgo su preservación (Giménez, 2002; Pizano *et al.*, 2004), aunque también existen evidencias que muestran lo contrario (Salazar, 2005).

En este sentido, eventos como los festivales artístico-culturales no sólo brindan la oportunidad de contrarrestar los posibles efectos negativos, sino que además generan resultados positivos tanto para la cultura local, como para el desarrollo del turismo. Por un lado, los festivales forman parte del patrimonio cultural inmaterial y ofrecen a los visitantes un espacio para conectarse con la comunidad y cultura local de un destino: la convivencia entre tradiciones y modos de vida distintos permite reforzar los lazos de identidad a través de un sentimiento colectivo de pertenencia a un



lugar (Cepal, 2002; Kravets y Camargo, 2008; Van y Melik, 2012). Por otro lado, los festivales generan una derrama económica tanto en el evento, como a través de la demanda de otros bienes y servicios en el destino, que pueden incluir desde conocer sitios emblemáticos de la ciudad, asistir a museos o bien, realizar compras (Van y Melik, 2012).

Los festivales artístico-culturales han tenido un crecimiento importante en los últimos años en Baja California y se han integrado a las estrategias de impulso turístico de los lugares en los que se dan cita (Devesa *et al.*, 2012; González, 2011). Aunado a lo anterior, los festivales acaparan el interés de los medios de comunicación que convierten al destino en un centro de atención temporal, lo que contribuye a mejorar la imagen de algunas ciudades (Van y Melik, 2012). Por ejemplo, en el caso de la ciudad de Tijuana, que tradicionalmente ha sido asociada con una imagen negativa, ha habido un notorio incremento en la realización de festivales culturales. Si bien, hoy en día no se cuentan con estudios contundentes que relacionen la percepción de la imagen de la ciudad con

la realización de eventos culturales, sí es posible observar que se ha incrementado el número de festivales y que se ha reducido la percepción negativa de la ciudad (Bringas, 2013a).

En este marco de ideas, la presente edición del boletín asume como objetivo destacar la importancia y la función que tienen los festivales artístico-culturales para el fomento del turismo cultural en Baja California. Para ello el **Observatorio Turístico de Baja California** toma como muestra el festival Ópera en la Calle, sobre el cual se realizó el estudio “Caracterización de los visitantes al 10º festival de Ópera en la Calle”; en él se analizó el perfil de los asistentes, el gasto que realizaron y la percepción de los espectadores acerca de la calidad y organización del evento. El resultado del estudio arroja luz sobre la dinámica social y económica en la que se desarrolla el que se ha convertido en uno de los festivales culturales más importantes para la localidad y que se realiza en la ciudad de Tijuana desde el año de 2004, generalmente en el mes de julio, coincidiendo con las celebraciones del aniversario de la ciudad de Tijuana.

Las festividades como atractivo para el turismo cultural



Fotografía ganadora del primer lugar en el concurso "Baja California a través de tus ojos", realizado por el Observatorio Turístico de Baja California en junio de 2014.

Autor: Joel Álvarez **Título:** Fiestas de La Misión

Los efectos de la globalización han traído consigo una internacionalización o mundialización en las modas, en la cultura de masas y en el consumo (Toselli, 2006). En este sentido la actividad turística no ha quedado exenta, ya que el turista inmerso en la era del conocimiento y de la información, evoluciona y se vuelve más exigente (Ávila y Barrado, 2005), por lo que se han observado nuevas tendencias referentes a los gustos, preferencias y hábitos de consumo de los visitantes.

La complejidad de los cambios que ha experimentado la actividad se ha visto reflejada en los estudios realizados sobre el turismo, ya que en los últimos años se ha ido modificando su concepto, y junto al característico turismo de sol y playa, se han desarrollado nuevas concepciones como el turismo cultural y el ecoturismo (Vera, 2011).

El turismo cultural tiene antecedentes que datan de mediados del siglo XVIII, época de auge del *Grand Tour*: itinerarios de viaje en ferrocarril por Europa, que realizaban los jóvenes británicos de clase media alta con fines formativos. Sin embargo, es en la Conferencia intergubernamental sobre los aspectos institucionales administrativos y financieros de las políticas culturales (1970) cuando el concepto de turismo cultural se formaliza (Grande, 2001; Barreto, 2007). A pesar de esto, aún con diversos estudios y producción bibliográfica referente al tema, en la actualidad no hay consenso entre autores y estudiosos para definir al turismo cultural, sin embargo para fines de este boletín hemos retomado la definición propuesta por el Centro de Estudios Superiores de Turismo (Cestur, 2002:4) que define como tal a "aquel viaje turístico

motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico”.

El turista consumidor de cultura ha evolucionado con el tiempo hasta convertirse en un segmento de mercado clave en el sector: el visitante es atraído por la oferta de una experiencia de viaje enriquecida por los aspectos culturales del sitio, por lo que el turista aprende a valorar la cultura local al mismo tiempo que genera ingresos para el destino (OCDE, 2009; Cámara de Comercio de Málaga, 2011), fomentando con ello no sólo la preservación de la cultura local, sino incluso de algunos grupos étnicos o comunidades de interés especial.

Dado que las fiestas o festivales son una “clara representación de la tradición cultural de los territorios” (Perles, 2006: 147), forman parte del patrimonio de cada lugar y ayudan a potenciar como destinos turísticos las localidades donde se llevan a cabo. En los últimos años los festivales culturales no sólo han tomado un lugar destacado como atractivos para el turismo, sino que se han convertido en uno de los aspectos más dinámicos de la oferta cultural mundial actual (Prentice y Andersen, 2003; Devesa, Herrero y Sanz, 2009; European Commission, 2011).

Los festivales culturales pueden definirse como “los eventos organizados en torno a un producto cultural único –como el Festival de Cannes– o una concentración de actividades participativas –como un festival infantil–” (Richards,

2007:230). De acuerdo con Collin-Lachaud (2003: 102) un festival consiste en la celebración pública de un género artístico en un espacio y tiempo determinados, en tanto que para Quinn (2005) los festivales son una especie de manifestación cultural de carácter efímero y que concierne a todos los ámbitos de las artes en los países desarrollados y turísticos.

Los festivales culturales diversifican la oferta de productos turísticos de un sitio a la vez que enriquecen material e inmaterialmente los lugares donde se llevan a cabo; es por ello que se les percibe como un elemento que puede contribuir al desarrollo de los destinos en diversas dimensiones. En lo social, promueven el sentido de identidad y orgullo de su herencia; en lo económico, inducen al gasto; en lo cultural, representan una oportunidad para ver y participar en las manifestaciones artísticas. En el aspecto turístico los festivales representan un factor que influye en la decisión de viajar al destino (Perles, 2006; González, 2008; Devesa, Herrero y Sanz, 2009; González, 2010; Devesa *et al.*, 2012).

Por las dimensiones en las que se ven implicados, los festivales culturales son reconocidos como atractivos para los visitantes de la misma forma en la que se reconocen los atractivos naturales de un destino; por lo tanto los festivales culturales se incluyen también en los catálogos o inventarios de recursos turísticos de los sitios donde se llevan a cabo.



Baja Prog 2014, Mexicali



Plaza Santa Cecilia, Tijuana



Agro Baja 2014, Mexicali



Entijuanarte, Tijuana



11º Festival Ópera en la Calle, Tijuana

Recursos relacionados al turismo cultural en Baja California

Los recursos materiales e inmateriales que forman parte de un territorio se convierten en una oportunidad para difundir, conservar y disfrutar el patrimonio existente al interior del país (Hiriart y Alvarado, 2013), al mismo tiempo que cumplen con la función de satisfacer las demandas de los turistas que cada vez se vuelven más activos, autónomos y buscan experimentar vivencias que les permitan un mayor contacto con la población local (Ávila y Barrado, 2005; Fernández y Guzmán, 2005).

En ese sentido, Baja California, estado rico en recursos culturales materiales e inmateriales, se perfila como poseedor de una gran oferta turística atractiva para los visitantes que llegan al estado. Con el objetivo de dar cuenta del capital cultural que se relaciona con el turismo, el *Observatorio Turístico de Baja California* realiza el “Inventario de recursos turísticos del estado de Baja California” que inició con la recolección de información en la entidad durante los meses de enero a abril de 2012. Desde entonces y de manera constante el Observatorio ha venido realizando labores de investigación, tanto para complementar la información que no fue posible obtener directamente en campo, como para actualizar el inventario con los nuevos recursos que van surgiendo (Bringas, 2014).

Partiendo de la clasificación que propone la OEA-Cicatur (1983), los recursos existentes en Baja California que pueden ser de interés para el turismo cultural se agruparon en cinco grandes tipos: manifestaciones culturales, festividades y folclore, comunidades de interés, realizaciones técnicas y acontecimientos y eventos programados.

De acuerdo con los datos recabados en el Inventario de recursos turísticos del estado de Baja California hasta el 2013 había 601 recursos asociados al turismo cultural. De éstos, los acontecimientos o eventos programados tienen la mayor representación en el estado (48 %), seguido por las manifestaciones culturales (30 %); en menor medida, se cuenta con recursos como las realizaciones técnicas (14 %), el folclore (5 %) y las comunidades de interés especial (3 %) (Bringas, 2014).

El desglose por municipio permite apreciar que Ensenada concentra la mayor cantidad de recursos culturales (45 %), sobre todo acontecimientos y eventos programados (53 %) y manifestaciones culturales (29 %). Le sigue en importancia Tijuana, que agrupa el 20 % de los recursos, entre los que sobresalen nuevamente los acontecimientos o eventos programados (41 %) y las manifestaciones culturales (31 %). En Mexicali se encuentra el 13 % de los recursos asociados al turismo cultural y en Tecate y Playas de Rosarito el 12 % y el 11 %, respectivamente. De todo el estado, Tecate es el único municipio en el que los acontecimientos o eventos programados no son el principal recurso asociado al turismo cultural, pues las manifestaciones culturales representan más de la mitad de la oferta con la que cuenta (54 %) (Bringas, 2014).

Dado que los acontecimientos o eventos programados representan la principal oferta de recursos turísticos de la entidad y que los festivales artístico-culturales a los que se ha venido haciendo referencia se ubican dentro de esta categoría, en este boletín se



Las Cañadas Campamento, Ensenada

consideró conveniente profundizar en la importancia que este tipo de patrimonio tiene para la entidad. Los acontecimientos o eventos programados, artísticos y/o culturales, científicos y/o académicos, deportivos, ferias y/o exposiciones, fiestas, eventos gastronómicos, vinícolas y/o fiestas de la vendimia y por último, eventos agrícolas.

El inventario de recursos turísticos del estado de Baja California registró un total de 288 acontecimientos o eventos programados, de los cuales destacan los eventos asociados al vino y las fiestas de la vendimia (24 %), los eventos del tipo artístico y/o cultural (21 %), los deportivos (19 %) y los eventos gastronómicos (16 %) (Bringas, 2014).

Al analizar la oferta de festivales del tipo artístico y/o cultural por municipio se encontró una mayor concentración de éstos en Tijuana (41 %), en Ensenada y en Playas de Rosarito (18 %, respectivamente) (Bringas, 2014). Algunos ejemplos representativos de estos eventos son, en Tijuana, la Feria del Libro, Entijuanarte y el festival Ópera en la Calle; en Ensenada el Festival de Jazz Chinto Mendoza y el Festival de lenguas maternas; en Playas de Rosarito Ópera frente al mar y el Rosarito Art Fest; y en Mexicali el Tianguis Cultural y Artesanal, Las Fiestas del Sol, el Encuentro Binacional de Danza Contemporánea y el Festival de Octubre (Bringas, 2014).

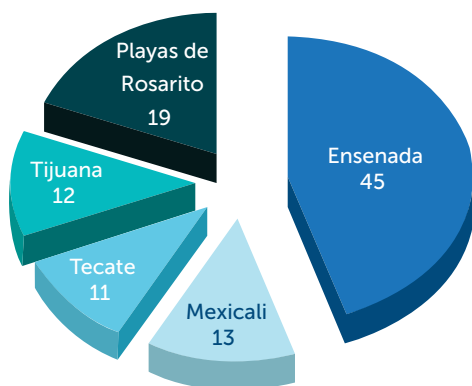
Si bien el inventario muestra parte de la riqueza que posee la entidad en cuanto a los recursos culturales en general, y a los acontecimientos o eventos programados y festivales artísticos y/o culturales en particular, para realmente

potenciar estos recursos culturales no basta con conocer cuál es la oferta con la que se cuenta, sino que además es importante identificar el valor y el impacto que éstos tienen para Baja California, tarea aún pendiente. En esta línea, el *Observatorio Turístico* realizó el estudio “Caracterización de los visitantes al 10º festival de Ópera en la Calle”, cuyo objetivo fue conocer la relevancia que este tipo de eventos pueden representar para la entidad, así como generar información que sirva de base para realizar futuros estudios que favorezcan un mejor aprovechamiento de los recursos existentes y promuevan decisiones informadas de promoción turística.

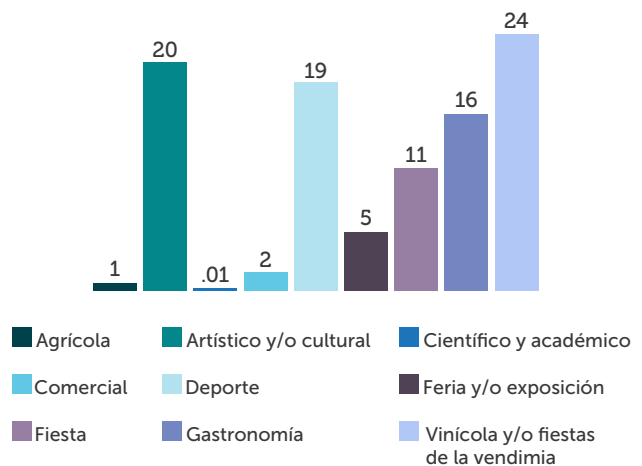
Recursos turísticos en Baja California asociados a la cultura por tipo (porcentajes)



Distribución municipal de los recursos turísticos en Baja California asociados a la cultura (porcentajes)



Acontecimientos y eventos programados en Baja California por subtipo (porcentajes)



Festival Ópera en la Calle: un espacio para la difusión cultural y la convivencia familiar en Tijuana

En las sociedades contemporáneas se observa un gusto creciente por los recursos culturales inmatriciales como los eventos y festivales que tienen la capacidad de crear un medio urbano vivo, creativo y con una oferta continua de entretenimiento, lo que a su vez representa una oportunidad para recuperar las fiestas y tradiciones populares y la creación de otras nuevas (González, 2010). Dentro de éstas últimas destaca el festival Ópera en la Calle, evento que se realiza en la ciudad de Tijuana desde el año 2004. Las actividades de este acontecimiento artístico-cultural enriquecen la oferta turística del estado, formando así parte del patrimonio cultural inmaterial de Baja California (Bringas, 2014; Bringas, 2013b). Este evento congrega cantantes, músicos, bailarines, actores y artistas plásticos entre otras muestras artísticas: ofrece esta experiencia a diferentes sectores de la sociedad con la intención de procurarles conocimiento y gusto por la ópera (Bringas, 2013b).

El antecedente del festival Ópera en la Calle fue la celebración en el año 2003 del primer aniversario del “Café de la Ópera” situado en la colonia Libertad, una de las colonias más antiguas y emblemáticas de la ciudad. A esta celebración estuvieron invitados un grupo de amigos interesados en este género musical, quienes interpretaron varias canciones y llamaron la atención de los vecinos, quienes asistieron al local para disfrutar de tan inusual espectáculo de ópera desde la calle: “hubo necesidad de abrir las ventanas y sacar las sillas a la calle para que todos pudieran apreciar esta escena musical” (Riqué, 2013).

Este suceso originó que María Teresa Riqué, Enrique Fuentes y su hermana

Virginia tuvieran la idea de realizar un festejo con ópera en la calle al año siguiente, pero ninguno se imaginó las dimensiones que alcanzaría esa incipiente idea.

La primera edición del festival Ópera en la Calle se realizó en el verano de 2004; se había preparado un evento estilo kermés para entre 300 y 500 personas, pero la afluencia de asistentes superó las expectativas de los organizadores al llegar alrededor de 5 mil personas: “A las ocho de la noche estábamos asustados de tanta gente, ya se habían ido sobre todos los espacios posibles, se treparon sobre las escenografías” (Riqué, 2013). A partir de esa experiencia el festival se ha venido realizando de forma anual en la calle Quinta de la colonia Libertad y ha crecido en cada una de sus ediciones, ganándose no sólo el reconocimiento de la comunidad, sino el de otros sectores de la sociedad, como es el caso del Comité de Turismo y Convenciones de Tijuana (Cotuco) de quien Ópera en la Calle recibió, en 2011, el **Premio al Mérito Turístico**.

En 2013 el festival presentó 500 artistas: cantantes, músicos, actores, bailarines y artistas plásticos. En esa ocasión el evento se realizó en dos fechas; la primera fue el 11 de julio en el marco del aniversario de Tijuana, con actividades coordinadas por el ayuntamiento de la ciudad en la Plaza Luis Donaldo Colosio, localizada en la colonia Lomas Taurinas; la segunda fecha fue el 13 de julio, la cual tuvo cita en el lugar acostumbrado: la calle Quinta de la colonia Libertad, donde se conmemoraron los 200 años del nacimiento de Giuseppe Verdi (Bringas, 2013b).

El festival Ópera en la Calle se ha convertido en un espacio de expresión cultural que contribuye a la difusión de las manifestaciones artísticas, al tiempo que permite la convivencia de familiares y amigos, así como de personas que asisten por su cuenta al evento. La característica de gratuidad y el hecho de que la exposición artística se efectúe en la calle son puntos atractivos para los visitantes de los diferentes estratos sociales, ya que no se limita a una corriente de demanda elitista sino que también se extiende la experiencia hacia el consumo de la cultura popular (Richards, 2007).



9º Festival Ópera en la Calle, Tijuana

Principales características de los asistentes al 10º Festival Ópera en la Calle



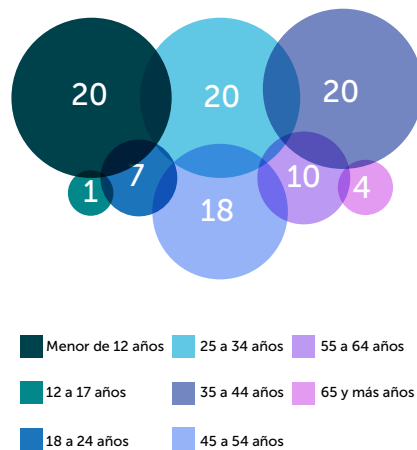
10º Festival Ópera en la Calle, Tijuana

El crecimiento gradual que ha tenido el festival Ópera en la Calle en sus diferentes ediciones inspiró la realización de un trabajo exploratorio que arrojara información confiable y actualizada respecto a las características de los asistentes a este evento. El 13 de julio de 2013 el **Observatorio Turístico de Baja California** en conjunto con la organización Ópera de Tijuana A. C. realizaron un operativo de encuestas durante la décima edición del festival.

Durante las doce horas que duró el evento, se llevó a cabo un conteo de los asistentes al mismo y se aplicó un cuestionario cara a cara cuando los asistentes se disponían a retirarse del festival, por ello los puntos de levantamiento fueron las puertas de entrada y salida del evento. Se consideró un diseño muestral de tipo aleatorio simple, a lo largo de tres turnos de cuatro horas cada uno. Enseguida se presentan los principales resultados obtenidos por la encuesta, la cual identificó las características sociodemográficas de los asistentes, la derrama económica y la evaluación del programa artístico y de la logística (recursos y actividades).

De acuerdo con la información recabada, el 10º festival Ópera en la Calle contó con una afluencia total de 10 mil 618 asistentes. De ésta, poco más de la mitad ingresó al festival entre las 16:00 y las 20:00 horas. La mayoría del flujo estuvo representado por las mujeres (58.5 %) y la edad registrada de los asistentes se ubicó, principalmente,

Grupos de edad de los asistentes al festival (porcentajes)

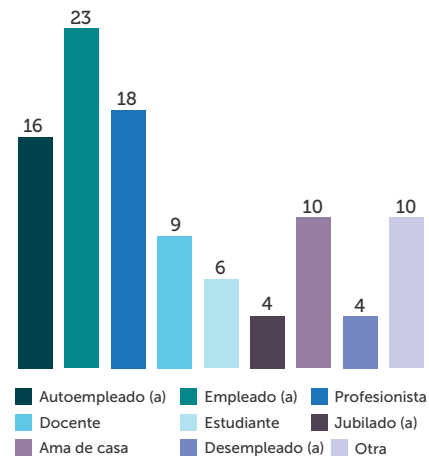


entre los 25 y 44 años (40 %), seguido de quienes tenían entre 45 y 54 años (18 %); también se contó con una proporción importante de niños: el 20 % de los asistentes eran menores de 12 años (Bringas, 2013b). Ésto indica que fue población adulta la que mayoritariamente asistió al evento.

Al analizar la escolaridad de los asistentes al festival se observó que el 50 % contaba con un nivel académico de licenciatura e incluso el 10 % contaba con posgrado. Las principales ocupaciones de quienes acudieron al festival fueron tres: el 23 % trabajaba en algún organismo público o de la iniciativa privada, un 18 % laboraba como profesionista y el 16 % trabajaba por cuenta propia (Bringas, 2013b).

La población que asistió al festival en su mayoría era de origen mexicano, del total de asistentes el 93 % era connacionales y sólo el 6 % provenía de Estados Unidos. De aquellos que mencionaron residir en el país, el 92 % era de Baja California; la mayoría era de Tijuana (98 %) y tan sólo el 2 % de Mexicali. Poco más de la tercera parte de quienes vivían en Tijuana residen en la delegación Mesa de Otay (30 %),

Principal ocupación de los asistentes (porcentajes)



delegación en la que se ubica la colonia Libertad donde se lleva a cabo el festival; le siguieron en importancia la delegación La Mesa (20 %) y la delegación Playas de Tijuana (16 %) (Bringas, 2013b).

A su vez, los asistentes al festival que residían en Tijuana provenían de alrededor de 70 colonias de la ciudad. Entre éstas, no sorprende que la colonia Libertad, sede del evento, fuera el lugar de residencia de la principal parte de los asistentes (12 %), seguida por Playas de Tijuana, la cual fue representada por el 6.4 % de los espectadores (Bringas, 2013b).

El estado de California, Estados Unidos, fue el principal emisor de los asistentes extranjeros (6%) que acudieron al festival, la mitad de ellos provenía del condado de Los Ángeles y la otra mitad del condado de San Diego. Dentro de este grupo se observó que siete de cada diez personas eran hombres. Del total de visitantes extranjeros, el 80 % era de origen afroamericano, un 10 % de origen asiático y el 10 % eran anglosajones (Bringas, 2013b).

Visita al festival y derrama económica

La mayoría de los visitantes (93 %) que asistió al festival acudió en grupo, acompañados por su pareja, familiares y/o amigos; esto resalta la importancia que este tipo de eventos tienen como espacio de convivencia. Del 7 % que llegó solo, el 82 % fueron hombres y el 18 % mujeres. La mitad de los asistentes permaneció entre 2 y 3 horas en el evento, en tanto que el 18 % se quedó alrededor de una hora, mientras que el 26 % disfrutó del festival entre cuatro y cinco horas. En este último grupo destaca una mayor participación de mujeres (61 %) (Bringas, 2013b).

La derrama económica que dejó el 10º festival Ópera en la Calle fue de 2 millones 689 mil 151 pesos, ello sin considerar la derrama y los beneficios económicos que generó entre los vecinos que instalaron puestos de alimentos, bebidas o recuerdos en los frentes de sus casas, además de los comercios y abarrotes aledaños al mismo. Cabe destacar que el 77 % de los asistentes realizó algún tipo de gasto durante su permanencia en el festival. De éstos, el gasto promedio de los hombres fue de \$340 pesos, sólo \$10 pesos más que el de las mujeres (Bringas, 2013b).

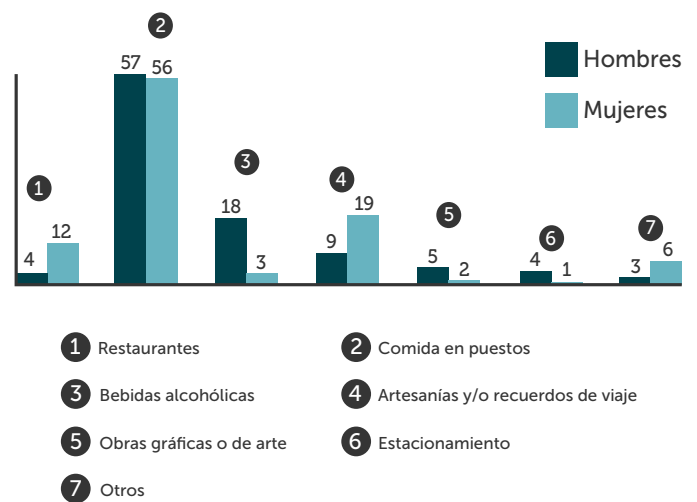
Casi dos terceras partes del gasto total se destinaron a alimentos y bebidas (\$742 mil 318 pesos) a través del consumo en puestos de comida (87 %) o bien en restaurantes (13%). Entre los hombres sobresale que gastaron más en puestos de comida (57 %), seguido de bebidas alcohólicas (18 %) y artesanías o souvenirs (9 %); mientras que entre las mujeres el principal gasto se realizó también en puestos de comida (56 %), seguido por la adquisición de artesanías (19 %), aunque también gastaron en restaurantes (12 %) (Bringas, 2013b).

Las cifras anteriores ponen de manifiesto los efectos positivos que se generan en torno a la realización de estos festivales y que tienen un impacto económico local: a través de éstos se atrae a espectadores que generan una derrama económica en las actividades y servicios que consumen, como alimentos, bebidas, entre otros (Devesa *et al.*, 2012).

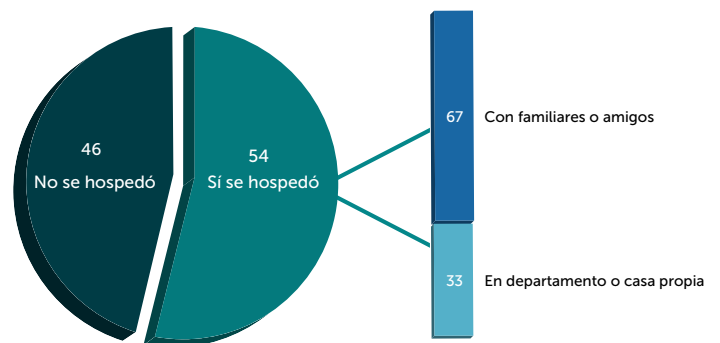
Si bien la afluencia de visitantes internacionales representa una minoría, la mayoría de éstos viajaron al destino sólo para asistir al evento (52 %) y en general, no utilizaron los servicios de hospedaje, pues el 46 % retornó ese mismo día a su lugar de residencia habitual; del 54 % que sí pasó la noche, el 67 % se hospedó con familiares o amigos y el 33 % en apartamentos o en casa propia (Bringas, 2013b). La presencia de asistentes extranjeros que viajaron principalmente para asistir al festival se explica por la

cercanía geográfica de California con Baja California, sin embargo, la poca participación del mercado internacional plantea la necesidad de repensar las relaciones entre los diferentes actores a fin de sumar esfuerzos que contribuyan a mejorar la promoción de este tipo de eventos y con ello captar distintos tipos de público interesados en asistir al festival.

Distribución del gasto realizado por los asistentes al festival (porcentajes)



Servicios de hospedaje utilizados por los visitantes internacionales (porcentajes)



Festival Ópera en la Calle: una gran experiencia para repetir

A quienes acudieron al evento de Ópera en la Calle en 2013 se les preguntó también si habían asistido a ediciones anteriores del festival. Si bien una proporción importante de los asistentes correspondía a nuevos visitantes (48 %), un porcentaje igual de importante representó a los visitantes que estaban repitiendo su participación (49 %). De este segmento, más de un tercio había asistido a tres o cinco ediciones del festival, el 27 % había acudido al menos a dos ediciones y un 15 % había participado en todas o casi todas las anteriores. Lo anterior indica que el festival cuenta con un público leal que año con año busca regresar, lo que da muestra de la fidelidad que tienen al evento.

A quienes habían acudido a celebraciones anteriores del evento se les pidió evaluar su grado de satisfacción respecto a la última vez que asistieron, los resultados destacan que poco más del 70 % de los entrevistados percibió que el evento ha mejorado con el tiempo y tan sólo un 12 % consideró que el festival era igual o que no había mejorado (Bringas, 2013b).

A partir de la encuesta se pudo construir un índice de satisfacción conformado por 18 variables o aspectos que evaluaron del festival en cuanto a la organización y la programación musical, la accesibilidad, la señalización y algunos servicios como la recolección de basura y el estacionamiento. En general, los asistentes al festival se mostraron totalmente satisfechos con el evento; 12 de las 18 variables fueron evaluadas en esta categoría. Entre los elementos mejor valorados sobresalen la calidad de las presentaciones en el escenario infantil (9.78) y las actividades en el escenario infantil (9.65). En contraste, los servicios que dejaron a los asistentes poco satisfechos fueron los baños públicos (7.48) y el estacionamiento (7.40) (Bringas, 2013b).

La dinámica por la que atraviesa el turismo cultural y los cambios en la demanda, que se reflejan en las nuevas tendencias en los gustos, las preferencias y los hábitos de consumo de los turistas, son una muestra patente de que es posible contribuir al desarrollo de la región en muchos sentidos si se pondera la promoción, el desarrollo y la conservación de los recursos culturales de Baja California.

Evaluación actual del festival en comparación con ediciones anteriores (porcentajes)



Evaluación de los servicios, logística y programación del festival por parte de los asistentes



Se reconoce y se plantea también la necesidad de elaborar estudios que contribuyan a enriquecer el análisis de la dinámica de los recursos y el patrimonio cultural en el estado. Lo anterior puede coadyuvar a proporcionar nuevos elementos que propicien una revaloración de la importancia que representa el segmento del turismo cultural en Baja California, el cual sin duda requiere de mayor atención y apoyo por parte de los distintos actores –tanto del gobierno, como de la iniciativa privada– interesados en hacer del turismo una actividad que contribuya a promover el desarrollo económico y sociocultural de las comunidades locales.

Una estrategia para fomentar lo anterior es la realización y difusión de eventos artístico-culturales como el festival Ópera en la Calle, pues este tipo de eventos despuntan no sólo por su potencial como atractivo turístico, sino porque además pueden servir como detonantes para mostrar una nueva cara de las ciudades bajacalifornianas, a través de la oferta de espacios que estimulen la convivencia familiar, al mismo tiempo que enriquecen la experiencia de los asistentes al brindarles la posibilidad de interactuar con el patrimonio y la cultura local.



Bibliografía

- Ávila Bercial, Reyes y Barrado Timón Diego (2005). "Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión" en *Cuadernos de Turismo*, núm.15, pp.27-43.
- Barretto, Margarita (2007). "Turismo y cultura. Relaciones, contradicciones y expectativas", en *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, España, núm. 1, pp.171.
- Bauman, Zygmunt (2001). *La globalización, consecuencias humanas*. México: FCE.
- Bringas Rábago, Nora L. (Coord.) (2013a). "Caracterización del mercado potencial de visitantes internacionales al estado de Baja California", Tijuana, Reporte de investigación, Tijuana: El Colegio de la Frontera Norte (Colef)-Secretaría de Turismo del estado de Baja California (Secture).
- Bringas Rábago, Nora L. (Coord.) (2013b). "Caracterización de los visitantes al 10º Festival Ópera en la Calle 2013", Tijuana, Reporte de investigación, Tijuana: El Colegio de la Frontera Norte (Colef) y Ópera de Tijuana, AC.
- Bringas Rábago, Nora L. (Coord.) (2014). "Inventario de recursos turísticos de Baja California", Tijuana, Reporte de investigación, Tijuana: El Colegio de la Frontera Norte (Colef)-Secretaría de Turismo del estado de Baja California (Secture).
- Cámara de Comercio de Málaga (2011). "El turismo cultural en el Mediterráneo: algunas oportunidades para España, Francia, Marruecos y Túnez", en http://www.camaramalaga.com/fileadmin/doc/turismo/estudios/TURISMO_CULTURAL.pdf consultado el 28 de mayo de 2014
- Castells, Manuel (2006). *La era de la información. El poder de la identidad*, vol. II, Argentina: Siglo XXI Editores.
- Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR) (2002). "El turismo cultural en México. Resumen Ejecutivo del Estudio Estratégico de Viabilidad del Turismo Cultural en México" en http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/pdf/Resumen_Ejecutivo.pdf consultado el 22 de mayo de 2014.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2002). *Globalización y desarrollo*, 396 p.
- Collin-Lachaud, Isabelle (2003). "Le prix a-t-il une incidence sur la satisfaction dans le champ culturel? L'exemple de la fréquentation de festivals de musique rock", en *Actes du colloque de la journée de recherche Prix, Consommation et Culture(s)*, CERMAT, IAE de Tour, Tours, pp. 101-116.
- Devesa, María, Luis C. Herrero y José Ángel Sanz (2009). "Análisis económico de la demanda de un festival cultural", en *Estudios de Economía Aplicada*, vol. 27-1, pp. 137-158.
- Devesa, María, Marta Laguna y Andrés Palacios (2010). "Motivación, satisfacción y lealtad en el turismo: el caso de un destino de interior", en *R.E.M.E. (Revista Electrónica de Motivación y Emoción)*, vol. 13, núm. 35-36, 22 p.
- Devesa, María, Andrea Báez, Víctor Figueroa y Luis C. Herrero (2012). "Repercusiones económicas y sociales de los festivales culturales: el caso del Festival Internacional de Cine de Valdivia" en *Revista Eure*, vol. 38, núm. 115, pp. 95-115.
- European Commission (2011). *European arts festivals strengthening cultural diversity*, Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Fernández Zambón, Guillermina y Aldo Guzmán Ramos Schenk (2005). "Patrimonio industrial y rutas turísticas culturales: algunas propuestas para Argentina", *Cuadernos de Turismo*, núm. 15, pp.97-112
- García-Canclini, Néstor (2000). *La globalización imaginada*, México: Paidós.
- Giddens, Anthony (2000). Un mundo desbocado. *Los efectos de la globalización en nuestras vidas*, Madrid: Taurus.
- Giménez, Gilberto (2002). "Globalización y cultura", en *Estudios sociológicos*, vol. XX, núm. 1, enero-abril, pp. 23-46.
- González Reverté, Francesc (2011). "Tourism development and events: an analysis at a local scale in Catalonia", en *International Journal of Event Management Research*, vol. 6, núm. 2, pp. 30-46.
- González Reverté, Francesc (2010). "Los festivales urbanos como herramienta de desarrollo local", en *G+C: Revista de gestión y cultura*, núm.6, pp.28-31.
- González Reverté, Francesc (2008). "Acontecimientos especiales y culturales en Cataluña. Una caracterización a partir de la agenda turística de turismo de Catalunya", en Miguel Ángel Troitiño Vinuesa, Joaquín Saúl García Marchante y María García Hernández, *Destinos turísticos: viejos problemas, ¿nuevas soluciones?*, España: Universidad de la Castilla-La Mancha, pp.179-197
- Grande Ibarra, Julio (2001). "Análisis de la oferta de turismo cultural en España" en *Estudios Turísticos*, núm. 150, pp.15-40.
- Hiriart Pardo, Carlos Alberto e Iliá Alvarado Sizzo (2013). "Una reflexión sobre el modelo turismo cultural en Morelia: Escenarios y tendencias para consolidar un turismo cultural sustentable", en *Revista MEC-EDUPAZ*, núm. 3, pp. 4-38.
- Keohane Robert Owen y Joseph Samuel Nye Jr. (2001). "Introduction", en Joseph Samuel Nye y John D. Dohahue, (Eds.), *Governance in a Globalization World*, Estados Unidos: Brookings Institution Press and Visions of Governance for the 21st Century, pp. 1-41.
- Kravets, Iryna y Patricia de Camargo (2008). "La importancia del turismo cultural en la construcción de la identidad nacional", en *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, núm. 2, pp. 1-16.
- Organización de los Estados Americanos-Centro Interamericano de Capacitación Turística (OEA-Cicatur) (1983). *Metodología de inventario turística*, Organización de Estados Americanos-Centro Interamericano de Capacitación Turística, 10 p.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (2009). *El impacto de la cultura en el turismo*, México: OECD-Secretaría de Turismo, pp. 3-75.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2013). *Turismo y patrimonio cultural inmaterial*, Madrid: OMT.
- Perles, Ribes (2006). "Análisis del impacto económico de eventos: una aplicación a fiestas populares de proyección turística", en *Cuadernos de Turismo*, núm. 17, pp. 147-166.
- Pizano Mallarino, Olga, Luis Alberto Zuleta J., Lino Jaramillo G. y Germán Rey (2004). La fiesta, la otra cara del patrimonio. *Valoración de su impacto económico, cultural y social*, Colombia: Convenio Andrés Bello.
- Prentice, Richard y Vivien Andersen (2003). "Festival as creative destination", en *Annals of Tourism Research*, vol. 30, núm. 1, pp. 7-30.
- Quinn, Bernadette (2005). "Arts festivals and the city", en *Urban Studies*, vol. 42, núm. 5/6, pp. 927-943.
- Richards, Greg (2007). "The festivalization of society or the socialization of festivals? The case of Catalunya" en Greg Richards (Ed.), *Cultural tourism: Global and local perspectives*. Binghampton: Haworth Press, pp. 229-252.
- Salazar, Noel B. (2005). "Más allá de la globalización: La «glocalización» del turismo" en *Política y Sociedad*, vol. 42, núm. 1, pp. 135-149 (Trad. de Rubén Blanco).
- Shaw, Gareth y Allan M. Williams (1994). *Critical issues in tourism: A geographical perspective*. Oxford: Blackwell.
- Santana Talavera, Agustín (1997). *Antropología y Turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas?*, Barcelona: Ariel Antropología.
- Toselli, Claudia (2006). "Algunas reflexiones sobre el turismo cultural" en *PASOS. Revista de turismo y patrimonio cultural*, vol. 4, núm. 2, pp. 175-182.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) (2003). *Convención para la salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial*, París: Unesco.
- Van Aalst, Irina y Rianne van Melik (2012). "City festivals and urban development: does place matter?" en *European Urban and Regional Studies*, vol. 19, núm. 2, pp. 195-206
- Vera Rebollo, José Fernando (Coord.) (2011). *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Valencia: Tirant Lo Blanch.
- Entrevista
Riqué Jaime, María Teresa [entrevista] (2013). Por Equipo Colef [trabajo de campo], "Festival Ópera en la calle", Tijuana, Observatorio Turístico de Baja California.

Coordinadora General
Dra. Nora L. Bringas Rábago
Coordinador Adjunto
Dr. Djamel Toudert

Participantes

Dr. Basilio Verduzco Chávez
Mtra. Yessica Vicencio Murillo
Mtra. María Teresa López Avedoy
Mtro. Heber Huizar Contreras
Mtra. Mariana Trejo Sánchez
Lic. Mariana Argüello Escobedo
Lic. Alan Ingram Campillo

Apoyo técnico especializado

Lic. Carlos Vladimir Ruelas González
Lic. Alberto Joaquín Acosta Rosales

Coordinación de revisión y captura

Lic. Luis Francisco Lares Serrano

Marco muestral

Mtro. Gilberto Hernández Olvera

Diseño gráfico

Lic. Alberto Galicia Ibarra

Secretaría de Turismo del Estado de Baja California

Secretario de Turismo
C.P. Oscar Escobedo Carignan

Subsecretario de Turismo
Lic. Ives Lelevier Ramos



Secretaría de Turismo del Estado
de Baja California
Edificio Río, Tercer Piso
Calle Juan Ruiz de Alarcón
#1572, Zona Río,
C. P. 22320
Tijuana, Baja California, México
Teléfono +52 664 682 3367



El Colegio de la Frontera Norte, A. C.
Carretera escénica
Tijuana - Ensenada, km 18.5,
San Antonio del Mar,
C. P. 22560
Tijuana, Baja California, México
Teléfono +52 664 631 6300

ESCRÍBENOS

observatur.bajacalifornia@gmail.com

observaturbc.org

[/observaturbc](https://www.facebook.com/observaturbc)



@ObservaturBC



ObservaturBC

VISÍTANOS