

“Mesa redonda: Comercialización y promoción del flamenco”

Domingo González, Director Bienal de Flamenco de Sevilla

Manuel Macías, Subdirector de Marketing Turismo Andaluz

José Alberto Rodríguez, Agencia Andaluza para el Desarrollo del Flamenco

La **Bienal de Flamenco** desde el comienzo de su andadura no sólo ha sido importante para la propia ciudad sino para todo el sector flamenco a diferentes niveles.

Para Sevilla se ha convertido en el santo y seña de su oferta cultural a nivel nacional e internacional, hasta el punto de haber ocupado el tercer valor de incentivo para el turismo en nuestra ciudad después de la Semana Santa y la Feria de abril. La Bienal ha conseguido que, para todos, Sevilla sea la capital del Flamenco.

Desde su nacimiento en 1980 la Bienal ha evolucionado como lo ha hecho la ciudad y el propio flamenco en estos 28 años. Ha cambiado la relación con el público y con los artistas. Este certamen sirvió para sentar bases en su momento novedosas, que hoy son incuestionables. Sirvió para darle importancia social al artista y dignificar el hecho flamenco situándolo en los grandes escenarios, ayudando de forma significativa a que se desarrollara en el mundo de las artes escénicas sin complejo alguno, cosa que no ocurría desde los años 50. Por último, ha fortalecido el sector industrial que genera el flamenco marcando el ritmo de las producciones y creando mecanismos que incentivan su distribución.

Ahora, tras finalizar su decimoquinta edición, camino de la decimosexta, su función debe ser la de alumbrar y servir de referencia mundial para promotores y programadores de todo el mundo que están interesados en ofrecer flamenco en sus programaciones, cosa que, afortunadamente, ocurre cada vez más. También es su deber servir de termómetro de la creación flamenca.

Rutas por los Territorios Flamencos de Andalucía para uso turístico.

Manuel Macías

Introducción

Sabemos cuáles son las fortalezas y amenazas que afectan a nuestro tejido turístico, así como los competidores que en destinos y segmentos surgen por doquier contra nuestra comunidad. Nuestro compromiso como entidad gestora de un destino turístico, se sitúa, entre otros, en:

- El empeño permanente en la búsqueda de oportunidades que alivien la estacionalidad de nuestras ocupaciones, incrementando el número de turistas que nos visitan
- Fortalecer nuestra promoción turística
- Crear productos específicos que nos diferencien de otros destinos.

Sobre este último aspecto, debemos ser conscientes, de la oportunidad que nos ofrece una de las señas de identidad más potentes con que cuenta Andalucía: El Flamenco, que debido al enorme tirón internacional de imagen que hoy disfruta, podemos y debemos convertirlo en un nuevo segmento, exclusivo, de atracción turística hacia Andalucía: el Turismo de Flamenco

Competimos en el mercado global con infinidad de destinos en numerosos segmentos coincidentes: sol y playa, naturaleza, rural, golf, cultural, monumental, de negocios y reuniones, deportivo, etc., pero ningún destino puede competir con Andalucía en el Flamenco.

La globalización de comunicaciones y tendencias están ayudando a que el usuario final, en la búsqueda de lo genuino y lo auténtico, como armas que contrarresten el turismo de masas, vea en la expansión y éxito sin precedentes que el flamenco alcanza en el mundo, una nueva oportunidad de desarrollar una actividad original que permite combinar la visita a un destino turístico sugerente, de por sí, con la práctica y disfrute cultural y espiritual del fenómeno flamenco en su propio territorio.

Si el turismo es la primera industria a nivel mundial, el sector del ocio y la cultura, asociados al turismo como oferta complementaria, además de constituirse en un importante motor económico y de empleo, nos ofrece la posibilidad de rellenar un demandado espacio de actividades de turismo complementario, pero con una personalidad de marcado carácter andaluz, constituyendo un producto de disfrute a lo largo de todo el año en nuestra comunidad bajo muy diversos formatos, variados enclaves y singulares espacios escénicos.

Situación actual de las rutas por los territorios flamencos de Andalucía

Turismo Andaluz creó y diseñó un producto específico de Turismo de Flamenco: Las rutas por los Territorios Flamencos de Andalucía, una propuesta que actualmente se encuentra bajo la tutela y programación de la Agencia Andaluza para el desarrollo del flamenco, se realiza en temporada baja y entre semana por los territorios andaluces en los que el flamenco nació, se reproduce y se exporta. Dando a conocer todas sus características, combinándolas con las visitas más relevantes que ofrece cada zona, aprovechando las riquezas patrimoniales del lugar para la celebración de las sesiones didáctico – artísticas.

Desde 2003 las rutas contabilizan una media de 6000 asistentes, de los cuales más de un 30% tenían procedencia foránea, despertando un interés en auge, significando además, la oportunidad que representa para los tour operadores extranjeros y las agencias receptoras andaluzas, así como para los hoteles andaluces de disponer de un producto turístico basado en el flamenco que cubre lagunas de programación y animación turística para los turistas que nos visitan en temporada media y baja.

El flamenco como herramienta de promoción turística

El uso promocional del flamenco en el exterior, no ya solo como elemento captador de viajeros de flamenco hacia nuestras rutas por los territorios flamencos, debidamente tratado y asociado a los valores más sobresalientes de nuestra oferta turística, genera una imagen de calidad, exclusividad y genuinidad de nuestro destino que incluye valores culturales y etnográficos, solamente al alcance de Andalucía, de los que sin duda se beneficia todo el sector turístico y cultural. Para los medios de comunicación de los principales mercados emisores de turistas hacia Andalucía, "lo flamenco" vende, cotizando ahora más alto que nunca. Esto nos ofrece la oportunidad de mejorar y dignificar la imagen de una Andalucía superficial en la que, para muchos, el flamenco no constituía algo serio, y casi siempre algo anecdótico o complementario. Ahora mostraremos no solo grandes artistas en grandes espacios escénicos en nuestras promociones, sino también nuestra apuesta de producto

Presentar Artistas flamencos de primera línea y éxito internacional, como imagen de Andalucía, por una parte y presentar un producto concreto de rutas sólidas debidamente planificadas, utilizando la tecnología turística aplicada a una oferta original y de exclusivo disfrute en Andalucía, son elementos que están a nuestro alcance y debemos aprovechar.

La potenciación y programación y difusión del flamenco desde La Consejería de Turismo Comercio y Deporte, sin entrar en conflicto con otras entidades que lo programan y promueven, va exclusivamente dirigido por un lado al plano promocional internacional que la consejería, desde la ejecución del Plan de Marketing, desarrolla fuera de nuestro territorio, apoyado por los beneficios que ofrece nuestro portal de flamenco: www.andaluciaflamenco.org, y por otro a un trabajo de creación y desarrollo de un producto concreto de turismo de flamenco, que también lleva anexo el impulso de las enseñanzas del flamenco tanto para los que nos visitan de fuera como para nuestra propia sociedad, en un claro ejemplo de concienciación turística y cultural.

Una idea que nos ayudaría a fortalecer nuestra promoción turística tanto externa como interna, sería la coordinación en un sólo punto de acceso, de toda la programación de flamenco de Andalucía para uso turístico tanto interno como internacional.