

# EL FLAMENCO COMO BIEN CULTURAL. UNA CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA DE ESPECTÁCULOS EN VIVO Y SU EVOLUCIÓN EN LA CIUDAD DE SEVILLA (SPAIN) 2006-2013.

**LUIS PALMA MARTOS**

Departamento Economía e Historia económica Universidad de Sevilla  
Ramón y Cajal nº 1 Sevilla 41018

**JOSE LUIS MARTIN NAVARRO**

Departamento Economía e Historia económica Universidad de Sevilla  
Ramón y Cajal nº 1 Sevilla 41018

**ASUNCIÓN RODRÍGUEZ RAMOS**

Departamento Economía e Historia económica Universidad de Sevilla  
Ramón y Cajal nº 1 Sevilla 41018

**MARIA LUISA PALMA MARTOS**

Departamento Economía e Historia económica Universidad de Sevilla  
Ramón y Cajal nº 1 Sevilla 41018

e-mail: [jomartin@us.es](mailto:jomartin@us.es)

## Resumen

El Flamenco es uno de los principales exponentes de Patrimonio inmaterial en España y un importante campo de análisis en el ámbito de la economía creativa por su importante valor como capital cultural y por su consideración como factor estratégico para la generación de riqueza y empleo. El objetivo del *paper* que presentamos es doble. Primero, analizar el Flamenco como bien cultural desde la perspectiva de la Economía de la Cultura. Segundo, realizar una caracterización de la oferta de espectáculos en vivo en la ciudad de Sevilla, basándonos en dos variables: su naturaleza (pública, privada y sin ánimo de lucro) y su diversidad en función de los distintos componentes (cante, baile, mixto) que nos permita delimitar la tipología de empresas que ofrecen flamenco, al mismo tiempo que realizar un análisis dinámico de la oferta desde 1996 a 2013. Para ello, nos basamos en una encuesta de elaboración propia realizada a los distintos oferentes desde septiembre a diciembre de 2013, a partir de la fuente de datos proporcionada por la Guía Flama, guía de carácter privado que recoge la agenda pormenorizada de todas las empresas y espectáculos en vivo ofrecidos con una periodicidad mensual desde el año 2006. El artículo contribuye a la literatura sobre patrimonio inmaterial de dos formas: primero, al analizar desde la perspectiva de la economía de la cultura el Flamenco, que constituye un bien cultural complejo. Por otro, al realizar un análisis dinámico de la oferta de los espectáculos en vivo de Flamenco, ambos aspectos inexplorados hasta el momento en Economía de la Cultura. Los resultados obtenidos pueden arrojar luz a la hora de implementar políticas culturales que fomenten el turismo cultural y que por tanto, refuercen el tejido productivo de la economía no sólo de Sevilla sino a nivel regional.

*Palabras clave:* Flamenco, Patrimonio cultural intangible, análisis dinámico de oferta, Economía de la Cultura, turismo cultural.

*Área Temática:* Economía industrial y de servicios. Economía del turismo.

## Abstract

Flamenco has been considered one of the most important elements of Intangible Cultural Heritage in Spain. From this perspective, Flamenco constitutes an important field of research in the area of Creative Economics, not only from the Cultural Capital perspective, but also as a strategic factor that can generate wealth and employment. The purpose of the present work is twofold. On the one hand, we present the analysis of Flamenco as a cultural good from the perspective of Cultural Economics. On the other hand, a characterization of the supply of Flamenco performance in Seville (Spain) is offered. In this way, we can characterize the kind of firms that supply flamenco performance and we can develop a dynamic analysis of the supply of flamenco in Seville in the period 2006-2013. The major source of data is the guide *Flama* which collects detailed schedule of all the shows on a monthly basis that allow us to characterize suppliers according to 2 main variables: the nature of suppliers (public, private or non-profit institutions) and the nature and typology of the performance (cante, baile or both). In order to give a richer information, we use a sample of suppliers in the period September – December 2013. Two important contributions of the paper must be taken into account: firstly, the analysis of Flamenco as an example of Immaterial Heritage of Seville which constitutes a complex cultural good; secondly, the dynamic analysis of supply of Flamenco performance in a period of seven years. Both are unexplored features in Cultural Economics up today.

*Key Words:* Flamenco, Intangible Cultural Heritage, Dynamic Analysis of Supply in Cultural Economics, Cultural Tourism.

*Thematic Area:* Industrial and Services Economics. Economics of Tourism.

# 1. INTRODUCCIÓN

El Flamenco, declarado por la UNESCO patrimonio cultural intangible de la humanidad en 2010, constituye un elemento fundamental para entender las claves culturales de Andalucía (Spain). La UNESCO (2003, art. 2) define el patrimonio cultural intangible como *“los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas-junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que le son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos, los individuos lo reconocen como parte integrante de su patrimonio cultural. El patrimonio cultural intangible se considera tradicional, ya que se transmite de generación en generación, al mismo tiempo que vivo, ya que es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentido de identidad y continuidad en el tiempo”*<sup>1</sup>.

El patrimonio cultural inmaterial constituye hoy uno de los principales campos de análisis en el ámbito de la economía creativa no solo por su importante valor como capital cultural de una región o país sino por su consideración como factor estratégico para la generación de riqueza y empleo (UNESCO 2013). También ha de destacarse su contribución a reforzar el sentido de identidad o pertenencia a una comunidad y favorece una mayor cohesión social.

El Flamenco constituye la manifestación cultural más representativa y significativa del patrimonio cultural intangible de Andalucía, al mismo tiempo que representa la principal seña de identidad de la región y un distintivo único de la cultura española a lo largo del mundo, lo cual ha implicado su consideración como imagen de *Marca España*. Esta expresión cultural se explica en el marco histórico, económico, social y cultural de la Andalucía de los dos últimos siglos.

El paper tiene dos objetivos fundamentales: Primero, analizar el Flamenco como bien cultural desde la perspectiva de la Economía de la Cultura. Segundo, realizar una caracterización de la oferta de espectáculos en vivo en la ciudad de Sevilla basándonos en dos variables: su naturaleza (pública, privada y sin ánimo de lucro) y su diversidad en función de los distintos componentes (cante, baile, mixto) que nos permita delimitar la tipología de empresas que ofrecen flamenco, al mismo tiempo que realizar un análisis dinámico de la oferta desde 2006 a 2013.

La principal hipótesis a contrastar es la consideración cada vez mayor del flamenco como un componente de las artes escénicas de primer orden. Así lo corrobora la oferta creciente de espectáculos a lo largo del periodo, que incluso no se ha visto especialmente afectada durante el periodo de crisis económica.

El flamenco como expresión cultural ha sido abordado desde diversas perspectivas, abundando los estudios desde el punto de vista antropológico y sociológico (Cano et al. 2001, Moreno 2002, Cruces 2002a, Cruces 2002a, Cruces2002b, Cruces 2003, Steingress 2002, Ros y Rios 2010), dada la asociación del flamenco con la identidad de Andalucía. También son frecuentes las alusiones en el mundo de la literatura (Machado, 1986, 1988, 1998; García Lorca 1992, Caballero Bonald, 1988) e importantes sus repercusiones en el mundo de la lingüística española (Ropero Nuñez, 1989a, 1989b, 1991, 1997). No ha sido hasta fechas recientes cuando ha comenzado a ser objeto de estudio desde el punto de vista de la Economía, como consecuencia de su consideración como patrimonio cultural intangible, objeto de preservación y como bien cultural objeto de consumo, producción y distribución y los estudios son todavía escasos.

La mayor parte de los estudios existentes han realizado un análisis del flamenco desde el punto de vista de la oferta, como arte escénica y por tanto, como espectáculo en vivo, como bien objeto de comercialización, en la medida que los diversos componentes del flamenco favorecen el desarrollo tanto de artesanías en torno al mismo, así como de las industrias creativas, tanto tradicionales como no tradicionales y sectores relacionados. Cabe destacar los realizados por Acuña (2006) sobre el flamenco como recurso económico, o sobre el impacto económico del Flamenco en las industrias culturales de Andalucía realizados por Ortega (2006) y Ruiz y Pérez (2011); también Cantero y Hernández (2009) han llevado a cabo un estudio sobre la economía del Flamenco en Sevilla. En el campo de la geografía económica se ha abordado la importancia de la relación entre turismo cultural y el flamenco como industria (Aoyama 2009). Y desde la perspectiva de consumo de flamenco a nivel regional e internacional, podemos reseñar los realizados por Aoyama (2007) y SAETA (2004). En los trabajos citados predominan estudios descriptivos de oferta y el análisis del sector

---

<sup>1</sup> El patrimonio inmaterial, por tanto, se manifiesta en: a) tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma; b) artes del espectáculo; c) usos sociales, rituales y artes festivos; d) conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo, e) técnicas artesanales tradicionales.

desde un punto de vista cualitativo a excepción del estudio de Ruiz y Pérez (2011) en el que se aportan datos sobre indicadores económicos agregados del Flamenco. Hasta el momento no existe ningún estudio que caracterice el Flamenco como bien cultural desde el punto de vista de la economía de la cultura bajo un enfoque analítico. Como veremos se trata de un bien de naturaleza compleja porque en él se fusionan diversos ámbitos o subsectores dentro de la economía de la cultura, lo cual hace que la aproximación utilizada sea diferente en función del ámbito analizado.

El paper contribuye a la literatura sobre patrimonio inmaterial de tres formas: la primera, al analizar desde la perspectiva de la economía de la cultura el Flamenco, prototipo de patrimonio inmaterial por excelencia para Andalucía y en concreto para la ciudad de Sevilla. Por otra, al realizar un análisis dinámico de la oferta de los espectáculos en vivo de Flamenco. Ambos aspectos inexplorados en Economía de la Cultura. Debemos señalar, y esa sería la tercera aportación, que en el caso del análisis dinámico hemos contribuido a generar una fuente de información inexistente hasta el momento a partir de datos proporcionados por *Flama. La Guía del Flamenco*, guía de carácter privado que recoge la agenda pormenorizada de todas las empresas y espectáculos en vivo ofrecidos, con una periodicidad mensual desde el año 2006.

El *paper* queda organizado como sigue. La sección segunda aborda el Flamenco como bien cultural en el marco de la economía de la cultura, bajo un enfoque teórico. En la tercera sección se realiza un análisis dinámico de la oferta de espectáculos de flamenco en vivo en la ciudad de Sevilla en el periodo 2006-2013. La sección final ofrece las principales conclusiones que se derivan del estudio.

## 2. EL FLAMENCO DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA ECONOMÍA DE LA CULTURA

### 2.1. CONCEPTO, ORIGEN Y CARACTERÍSTICAS DEL FLAMENCO

El flamenco es una expresión artística, única y viva, resultado de la fusión entre la música vocal, el arte de la danza y el acompañamiento musical, denominados respectivamente *cante*, *baile* y *toque*, que puede representarse conjuntamente o de manera separada, dándose una gran variedad de estilos en esas tres facetas. El vocablo flamenco procede del neerlandés *flaming* pero el origen de este término, en su significación actual, parece documentado a final del siglo XVIII y principios del siglo XIX, aunque está todavía por resolver (Ortega 2006, 14).<sup>2</sup>Una de las principales características del Flamenco como fenómeno artístico y cultural es su transmisión oral ya que el flamenco nace y se configura entre las capas sociales más bajas, con un alto índice de analfabetismo, por tanto no se posee una fuente histórica escrita por los artífices del mismo que determinen su verdadero origen (Ros y Rios 2010).

Aunque se trata de un fenómeno cultural genuinamente andaluz, y por tanto con fuerte arraigo en la cultura española, el Flamenco ha llegado a ser una expresión artística reconocida a nivel internacional y abierto a nuevas tendencias. Al mismo tiempo, al ser el resultado de la fusión de varias culturas se sitúa en el centro del diálogo intercultural, lo cual dota al flamenco de un signo de respeto y promoción a la diversidad cultural. En este sentido engloba un fuerte componente local, al mismo tiempo que global, en la medida que ha alcanzado una amplia difusión en países como Japón, Estados Unidos, parte de Europa (Francia, Reino Unido e Italia) o el norte de África y Latinoamérica, donde son claros los lazos musicales y culturales con Andalucía. Esto dota al Flamenco de una de las principales características de los sectores creativos, que la Comisión Europea recoge bajo el término *glocality* (KEA 2006).

### 2.2. EL FLAMENCO COMO BIEN CULTURAL

El flamenco en sus tres facetas de *cante*, *baile* y *toque* puede contemplarse generalmente en una doble vertiente, aunque se trata de un bien cultural complejo al fusionarse en él diversos ámbitos de la economía de la cultura: en primer lugar, como espectáculo en vivo; en ese sentido estaríamos en el ámbito de las artes escénicas cuyas principal característica es la de bien mixto (Throsby 1994): *“la producción conjunta de un componente privado que disfrutan los asistentes individuales y un componente de bien público derivado*

---

<sup>2</sup> La definición del término flamenco ha estado siempre sometida a controversia ya que no queda claro si procede de la India, de Egipto, del Magreb, de los mozárabes del siglo XV o si se trata de una creación del pueblo gitano. Para una mayor revisión sobre esta controversia véase Ros y Rios (2010) y Ortega (2006).

del valor que representan las artes y la cultura para la sociedad". En segundo lugar, como producto cultural o creativo en el sentido de Throsby (2001), base de una industria cultural o creativa tradicional en torno al Flamenco.

En la Tabla 1 se muestran los diversos ámbitos en los que se manifiesta o incluye el Flamenco en el campo de la economía de la cultura, considerando en este caso el patrimonio cultural intangible como un dominio cultural específico, alejado del enfoque de la UNESCO que abordaremos a continuación.

La consideración del flamenco dentro de las artes escénicas plantea un doble análisis: el primero, desde el punto de vista de la demanda. En ese caso atendemos a las principales características de las artes escénicas como un input para la producción del bien básico de ocio "experiencia cultural" según Becker (1965). Podríamos resumir sus características en que se trataría de un bien tiempo-intensivo en el consumo y presenta una baja posibilidad de canjear tiempo por otros bienes básicos similares pero poco intensivos en tiempo. Los sustitutivos en este caso son, televisión, radio o cine en casa. Por otro lado son consumidos generalmente fuera del hogar, en un escenario particular.

El segundo análisis sería abordar el flamenco desde el punto de vista de la oferta, como espectáculo en vivo, objetivo del presente paper, y en ese sentido, habría que considerar tanto los diferentes tipos de espectáculos en función de los distintos componentes citados, como la naturaleza específica de las empresas o instituciones que lo ofrecen y el tipo de mercado en el que se desenvuelve esta oferta. Habría que tener en cuenta las fuertes repercusiones no solo en el sector turístico, y dentro del mismo en el turismo cultural, sino en general en el tejido productivo, tanto a nivel local como regional y nacional. Esto nos lleva a considerarlo como un sector cultural estratégico para la generación de riqueza y empleo.

El flamenco como espectáculo en vivo puede clasificarse según distintas tipologías. Cruces (2002a) lo hace por nivel de formalización e institucionalización; se entiende institucionalizado, en la medida que la interacción social se produce en un marco predeterminado. Es el caso del flamenco en festivales, teatros o *tablaos*<sup>3</sup>. No institucionalizados<sup>4</sup> pero de carácter formal serían los espectáculos celebrados en las *peñas flamencas*.<sup>5</sup>

El flamenco, al objeto de conservar y preservar su origen y evolución y lograr la difusión del mismo, ha dado lugar a la creación de un museo en Sevilla que se inauguró en 2006, el Museo del Baile Flamenco, proyecto de iniciativa privada aunque apoyado con fondos públicos procedentes de la Junta de Andalucía y del Ayuntamiento de Sevilla y cuyas aportaciones museísticas iniciales procedieron de su impulsora, la bailaora Cristina Hoyos (vestuario profesional, imágenes, piezas artísticas, etc.)<sup>6</sup>.

**Tabla 1.** El Flamenco como bien cultural

Ámbitos de la economía de la cultura	Flamenco
Artes representativas	Espectáculo flamenco en peñas flamencas o asociaciones, <i>Tablaos</i> o teatros Festivales flamencos
Patrimonio material e inmaterial	<i>Patrimonio material:</i> museos (Museo del Baile Flamenco)

<sup>3</sup> Tablao: local privado dedicado al cante y baile flamenco

<sup>4</sup> Hay que considerar el carácter no formalizado que puede tener el flamenco y que implica una alta interacción social. Se trata del flamenco que se produce en el marco de fiestas familiares de carácter privado o incluso en reuniones que pueden producirse en sitios públicos como una taberna o bar y que se caracterizan por su inmediatez y por dar lugar a una experiencia única e irrepetible.

<sup>5</sup> Las peñas flamencas son asociaciones culturales cuyas normas de actuación, admisión de socios o cuotas, figuran en sus estatutos y cuya finalidad es preservar y difundir el flamenco, aunque también pueden beneficiarse de subvenciones por parte de organismos públicos. En ocasiones, las peñas cuentan en la financiación de sus presupuestos con la colaboración de televisiones locales, patrocinadores privados o entidades financieras. Las peñas pueden clasificarse tanto por número de socios como por frecuencia de actividades. El 80% tiene entre 50 y 150 socios y suelen organizar al menos una actividad al mes; el 10% tiene más de 150 socios y realizan una media de una actividad por semana (Cantero y Hernández 2009).

<sup>6</sup> La financiación del museo ha sido un 75% iniciativa privada y un 25% pública tanto por parte de diversas Consejerías como del Ayuntamiento de Sevilla.

	<p><i>Patrimonio inmaterial: Tradición oral</i> (transferencia del conocimiento sin códigos ni manuales); uso de una lírica tradicional y una terminología específica, <i>prácticas sociales, rituales y festivas</i> ( fiestas privadas, fiesta familiar)</p> <p><i>Conocimiento conectado con la naturaleza humana</i> ( refleja en su lírica la vida diaria, el sentido de la existencia y el trabajo, mar, minas, campo), técnicas artesanales tradicionales (en instrumentos musicales, accesorios y vestidos )</p>
Artes visuales	Artesanías (mantones bordados, mantoncillos, mantillas, peinetas, abanicos, etc.)
Industrias creativas tradicionales	Libros, música grabada, TV y radio, videos, cine
Industrias creativas	Diseño de moda flamenca o moda inspirada en el flamenco
Sectores relacionados	<p>Industria textil (trajes de flamenca, trajes para la danza), calzado (zapatos de baile), instrumentos musicales, industria de complementos (mantones, mantoncillos, Bisutería (pendientes, broches, pulseras, collares), flores, peinetas, peinecillos, etc.)</p> <p>Escuelas de Danza, Turismo cultural, Turismo de flamenco</p>

Fuente: elaboración propia

La segunda vertiente sería como producto cultural comercializable, y en ese caso tendríamos que hablar tanto de productos artesanales como de aquellos pertenecientes a las industrias creativas tradicionales, ya que el flamenco en sus diversos componentes ha dado lugar a un importante desarrollo de industrias como la editorial, la musical, cine, radio y TV. También tiene cada vez una mayor repercusión en sectores o industrias relacionadas, como es el caso del turismo cultural, o una versión más específica, el turismo de flamenco<sup>7</sup>, o aquellas que incluyen bienes necesarios para la puesta en escena del flamenco como espectáculo, como la industria textil, del calzado, accesorios o complementos o la de instrumentos musicales (Acuña 2006). A esto habría que añadir la existencia de un diseño específico de moda flamenca, además de las repercusiones del Flamenco en el diseño de la moda española, en general<sup>8</sup>.

### 2.3. EL FLAMENCO COMO PATRIMONIO INMATERIAL DESDE LA PERSPECTIVA DE LA UNESCO

La UNESCO (2009) no engloba el patrimonio cultural intangible como un dominio cultural específico sino como un dominio transversal en la medida que puede manifestarse en distintos dominios culturales. En la Tabla 2 se recoge el flamenco como patrimonio cultural intangible considerado según el enfoque de la UNESCO, un dominio transversal junto con otros dominios, *los archivos y repositorios de formas culturales, Educación y formación y los equipos y soportes materiales*.

En el caso del flamenco en archivos y repositorios culturales incluimos el centro Andaluz de Documentación del Flamenco, creado en 1993, por ser el mayor centro de documentación sobre dicha manifestación artística y cuyos principales objetivos son tres: 1) la salvaguardia y promoción de los valores y las manifestaciones artísticas relacionadas con el Flamenco, 2) la investigación, recuperación y divulgación del Flamenco, con la organización de cursos, seminarios, etc. y 3) la conservación de documentos relacionados con ese arte: libros, documentos históricos, reproducciones sonoras, filmicas y literarias que sirvan para perpetuar la historia del Flamenco y la investigación sobre el mismo. También en este dominio se engloba el Instituto Andaluz del Flamenco creado en 2005, organismo dependiente de la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía y cuyo objetivo es llevar a cabo todas las políticas para la conservación, y promoción del Flamenco. Y por último, la Agencia Andaluza para el Desarrollo del Flamenco creada también en 2005, cuyo principal objetivo es conservar, difundir y recuperar el Flamenco como patrimonio, pero también con otros

<sup>7</sup> Según Ortega (2006, 16) se entendería por turismo de flamenco el desplazamiento de personas de un lugar distinto a su residencia habitual al objeto de visitar elementos culturales relacionados con la cultura flamenca (rutas flamencas, espectáculos flamencos, cónclaves flamencos o centros de enseñanza flamencos).

<sup>8</sup> Un análisis del sector de la moda flamenca puede verse en Castillo et al. (2005).

objetivos, como su consolidación como industria cultural, su proyección a nivel internacional, además de su aprovechamiento como recurso tanto educativo como turístico<sup>9</sup>.

En el dominio cultural formación y educación se engloban las escuelas y academias de flamenco<sup>10</sup>. Las características y organización de estas instituciones responden a modelos diversos, desde artistas que crean su propia academia y simultanean la actividad artística con la enseñanza, hasta la consideración como empresa cuyo propietario gestiona el negocio, disponiendo para la actividad de un conjunto de artistas (Cantero Martínez y Hernández Pavón, 2009). Las academias de flamenco han constituido una importante fuente de atracción a través de lo que se ha llamado Turismo de academia y que ha dado lugar a una amplia difusión del flamenco a nivel internacional. El último dominio transversal hace referencia a equipos y soportes materiales que incluye Internet como herramienta tanto de formación como de difusión del Flamenco.

---

<sup>9</sup> Entre las acciones emprendidas por la Agencia, cabe destacar la producción de espectáculos, el apoyo a festivales flamencos, además de un ciclo anual denominado "Flamenco viene del sur", que lleva de gira por diversos teatros de Andalucía diferentes espectáculos de cante, baile y toque cuya finalidad es elevar el Flamenco al nivel de las fundamentales artes escénicas. Para más información véase <http://www.juntadeandalucia.es/cultura/iaf/opencms/portal/Programas/FVS/>.

<sup>10</sup> Existen un total de 991 en España en 2014, 158 en Andalucía, y concretamente en Sevilla la cifra se eleva a 70. Para más información véase *la Guía del Flamenco* disponible en <http://www.deflamenco.com/guia-flamenco-escuelas-y-estudios.html>.

**Tabla 2:** El flamenco desde el punto de vista de la Economía de la Cultura

El flamenco como patrimonio cultural intangible ( <i>dominios transversales</i> )											
Dominios culturales						Dominios relacionados					
Patrimonio material	Artes representativas	Artes visuales	Libros y prensa	Medios audiovisuales e interactivos	Diseño y servicios creativos	Industria textil	Industria del calzado	Instrumentos musicales	Complementos	Turismo	Ocio
Museo del baile flamenco	Espectáculos flamencos en peñas flamencas o asociaciones, <i>Tablaos</i> o teatros  Festivales flamencos	Artesanías, mantones bordados, mantillas, abanicos, peinetas, etc.	Libros, prensa y revistas	TV, radio cine y video	Moda y diseño flamenco y diseño y moda en general	Trajes de flamenca o de baile	Zapatos de flamenca o de baile	Guitarras, castañuelas, cajón, flauta, violín, piano, etc.	mantones, pendientes, broches, flores, etc.	Restauración, hostelería  Agencias de viaje	Parques temáticos
Archivo y preservación del patrimonio Agencia Andaluza para el desarrollo del flamenco Centro Andaluz de documentación del flamenco Instituto Andaluz del Flamenco											
Educación y formación Escuelas de danza											
Equipos y soportes materiales Internet como herramienta para la difusión del flamenco											

Fuente: elaboración propia a partir de UNESCO (2009)

### **3. ANÁLISIS DINÁMICO DE LA OFERTA DE FLAMENCO EN DIRECTO EN LA CIUDAD DE SEVILLA, 2006-2013**

Sevilla es, junto con Cádiz y Jerez, uno de los tres puntos cardinales del universo del flamenco. No se ha realizado hasta la fecha un análisis específico de la oferta de espectáculos flamencos en la ciudad. La cuantificación y el análisis de la oferta durante un periodo de tiempo suficientemente amplio permiten una aproximación para conocer mejor la importancia del flamenco como oferta cultural en una de las ciudades claves de la historia del Flamenco. Este es el objetivo del presente epígrafe.

#### **3.1. INTRODUCCIÓN METODOLÓGICA Y OBTENCIÓN DE LA SERIE DE DATOS**

Para poder dar respuesta al objetivo planteado es necesario disponer de un índice o serie que recoja la oferta completa de espectáculos de flamenco en directo que se anuncian en la ciudad. Lamentablemente no existe información estadística a nivel microdatos<sup>11</sup> sobre ello por lo que el primer paso de la investigación ha sido la elaboración de una serie que recoja los datos más característicos de la oferta de este tipo de espectáculos tanto en términos cuantitativos, como en términos cualitativos (qué tipo de espectáculos, si se trata de cante, baile o espectáculos mixtos) o el lugar de celebración como indicativo de la presencia de iniciativa privada con ánimo de lucro o de aficionados al flamenco (caso de las peñas) o de grandes espectáculos en teatros de titularidad pública, que indica la trascendencia que ha alcanzado el flamenco como elemento clave de la cultura y la seña de identidad de una región como Andalucía.

La elaboración de la serie se ha llevado a cabo a partir de la información disponible en la publicación de carácter mensual *Flama. La Guía del Flamenco*, que recoge la oferta diaria de espectáculos flamencos en la ciudad de Sevilla. La distribución de esta guía se hace a través de internet y, en papel, está disponible en la mayoría de los hoteles de la ciudad. La calidad de la información ha ido mejorando a lo largo de los años y se ha convertido en una publicación de referencia para conocer la oferta de flamenco en vivo en Sevilla.

La utilización de esta guía como fuente fundamental de información, a pesar de determinadas lagunas, tiene indudables ventajas metodológicas. Es una publicación continua de carácter mensual desde enero de 2006, donde se incluyen los establecimientos (permite observar tanto aperturas como cierres), que ofrecen espectáculos de flamenco en vivo en la ciudad de Sevilla. Asimismo, al tratarse de una labor editorial continua lo largo del periodo considerado no existen rupturas en

---

<sup>11</sup> Los estudios realizados sobre el tema han utilizado como fuente estadística los datos proporcionados por la Sociedad General de Autores y Editores (SGAE) (Navarro y González, 2011) o los datos agregados proporcionados por la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía (Cantero y Hernández, 2009; Ortega, 2008).

la información suministrada, lo que va a permitir la elaboración de una serie cronológica continua. La guía ofrece la información bruta de los espectáculos y locales de flamenco. A partir de esta información se han elaborado las series cronológicas de espectáculos flamencos y plazas ofertadas en la ciudad de Sevilla en el período 2006-2013. Para ello, el primer paso ha sido la clasificación de la información disponible en relación a dos variables de referencia: tipología del espectáculo y naturaleza del local en el que se desarrolla. La primera de ellas con tres categorías posibles: cante y toque, baile y mixto (conjunción de ambos) y la segunda categorizada en función del carácter lucrativo y la titularidad del establecimiento. Respecto a este criterio, se tienen cuatro categorías: las asociaciones sin ánimo de lucro tales como peñas flamencas o asociaciones de vecinos y fundaciones; los locales privados con ánimo de lucro, donde se incluyen los tablaos flamencos, locales de negocios de hostelería, bares, hoteles, etc.; los grandes teatros de titularidad pública, como el Maestranza, el Lope de Vega, el Central o el Auditorio Rocío Jurado, lo que puede constituir un indicador de la oferta de la Administración Pública en este terreno. Por último una cuarta categoría la constituirían los espectáculos ofrecidos en espacios públicos al aire libre, en plazas o calles de la ciudad (la Alameda, el Muelle de la Sal, la Plaza de San Francisco, etc.); estos espectáculos, por su propia naturaleza, tienen lugar en verano y casi siempre son organizados por el Ayuntamiento de Sevilla.

A partir de esta información sobre los espectáculos y el lugar en el que se celebran se ha elaborado una estimación del total de plazas ofrecidas para escuchar flamenco en Sevilla. Cuando la disponibilidad de datos lo ha permitido, se han utilizado los datos oficiales sobre el aforo de los diferentes locales y espacios. En caso de no disponer de esta información se ha realizado una estimación del aforo. Se ha considerado que a lo largo del periodo de estudio el aforo se ha mantenido constante. Con ello, hemos construido una serie temporal del aforo total (número de plazas totales ofertadas) clasificadas conforme a las diferentes categorías de espectáculos que hemos señalado anteriormente.

Un elemento importante a la hora de considerar la oferta de flamenco en Sevilla es la celebración, cada dos años, de *la Bienal de Arte Flamenco de Sevilla*, que tiene lugar a lo largo de los meses de Septiembre de los años pares. La primera edición tuvo lugar en 1980 y, por tanto, en el periodo considerado en el estudio se celebraron cuatro ediciones, en los años 2006, 2008, 2010 y 2012. Dada la naturaleza de esta celebración, que podría distorsionar la información de la guía por su carácter bianual, a la hora de elaborar las series no se han considerado los espectáculos y el aforo derivados de dicho acontecimiento. Por otra parte, somos conscientes de que la celebración de la Bienal provoca múltiples efectos sobre la oferta de flamenco en la ciudad, tanto de carácter directo como inducido, por lo que su inclusión podría ocasionar distorsiones en las series finales.

Finalmente, para caracterizar la oferta de espectáculos flamencos en Sevilla en el periodo estudiado creemos necesario hacer, aunque someramente, una breve referencia al contexto económico general del periodo 2006-2013, en el que habría que destacar dos hechos relevantes:

- a) El estallido de la crisis económica a mediados de 2007-2008, un hito fundamental para comprender el desarrollo de la actividad económica. Los años precedentes, caracterizados por el denominado *boom* inmobiliario,

tuvieron una repercusión muy positiva en la ciudad, de forma análoga a lo acontecido en Andalucía y/o en España. A partir de entonces, la recesión provoca el cierre de numerosas empresas y el aumento significativo del número de desempleados en la ciudad.

- b) El reconocimiento por la UNESCO del Flamenco como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, en noviembre de 2010.

### **3.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA**

El flamenco está indisolublemente unido a la cultura andaluza y Sevilla es uno de los centros fundamentales para su desarrollo. Desde una perspectiva histórica, la oferta de espectáculos flamencos ha sido muy variada pero, en general, podemos señalar su tendencia creciente: desde unos comienzos desorganizados, donde la oferta se circunscribía a espectáculos de ópera flamenca hasta su incorporación a los espectáculos de copla en los años setenta y la dignificación del flamenco a través de las peñas flamencas y los certámenes y festivales. Durante los años de la transición política se desarrolla una creciente mercantilización del flamenco, incorporándose como un elemento más de la alta cultura. Esta concepción va a determinar la celebración de la denominada Bienal de Arte Flamenco de Sevilla, que nace en Sevilla en 1980 y a la que se ha unido, en 2009, la Bienal de Málaga.

En este apartado vamos a centrarnos en la evolución de la oferta de flamenco en directo en la Ciudad de Sevilla en el periodo 2006-2013, en el que ya se ha establecido una infraestructura básica de establecimientos flamencos en la ciudad. Se trata de un periodo intermedio entre los últimos años de crecimiento y el estallido de la crisis económica que podríamos situar en 2008. El entorno económico es sin duda un factor clave que marca el escenario en el que se desarrolla esta actividad. La crisis económica, el desempleo especialmente agudo en Andalucía, en general, y en Sevilla, en particular y la caída de la actividad económica son las características de estos años de depresión económica. En este contexto adverso se ha desarrollado la actividad del flamenco, tanto con iniciativa pública como privada, y podríamos afirmar que este subsector de la actividad cultural no se ha visto especialmente afectado, tanto en términos de número de espectáculos como de aforo ofertados.

En la Figura 1 se recogen las tasas de variación interanual de la actividad económica, en términos del PIB, y del total de los puestos de trabajo en Andalucía tanto a nivel agregado como en relación a las actividades artísticas y recreativas particularmente. Como se observa, y a pesar de que se trata aún de datos provisionales, el impacto de la crisis económica ha sido especialmente intenso en las actividades artísticas, tanto en producción como en puestos de trabajo, si bien todavía no está disponible la información definitiva para los años más recientes. En todo caso, el panorama que podemos describir en el conjunto de Andalucía es el de una importante contracción de la actividad económica y, consecuentemente, del empleo tanto a nivel general como en relación al subsector de las actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento.

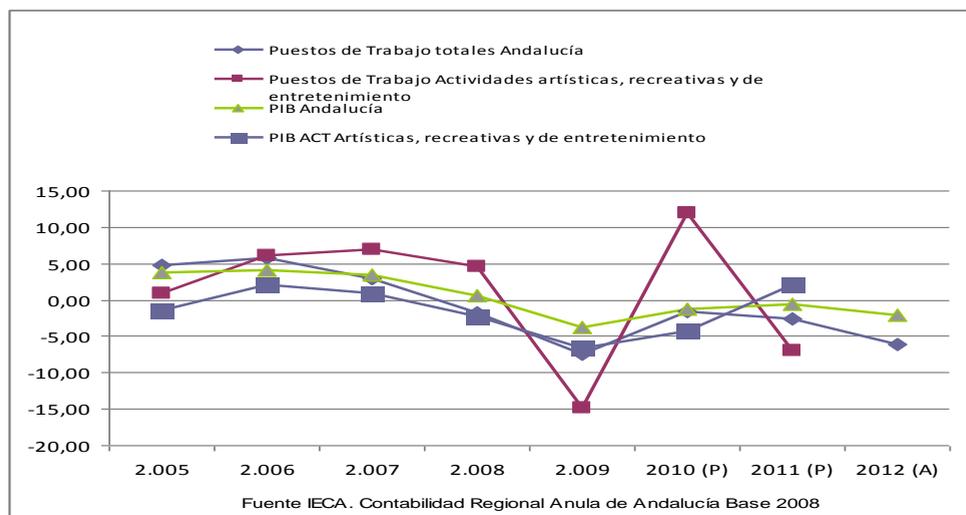


Figura 1. Actividad Económica y Puestos de Trabajo. Tasa de variación interanual. Andalucía 2005-2012(A)

Por lo que se refiere a la oferta de flamenco en directo en la ciudad de Sevilla, los datos obtenidos indican una evolución positiva durante este período, a pesar de la contracción cíclica de la economía que hemos comentado. Entre 2006 y 2013 la oferta de espectáculos flamencos en Sevilla ha experimentado un aumento significativo, pasando de menos de 4000 espectáculos a casi 7000. No obstante, este crecimiento no ha sido continuo y sostenido: aumento progresivo en los primeros años, ralentización en 2009, un nuevo impulso en los años 2010-2011 y cierta estabilización en los últimos años de la serie. (Tabla 3)

Tabla 3. Oferta de flamenco en Sevilla 2006-2013

AÑO	ESPECTÁCULOS	VARIACIÓN INTERANUAL%	AFORO	VARIACIÓN INTERANUAL %	AFORO MEDIO
2006	3891		800630		205,76
2007	4594	18,07	1040000	29,90	226,38
2008	5092	10,84	1037001	-0,29	203,65
2009	6157	20,92	975230	-5,96	158,39
2010	6605	7,28	1001685	2,71	151,66
2011	6903	4,51	1104110	10,23	159,95
2012	6591	-4,52	1059970	-4,00	160,82
2013	6797	3,13	1053830	-0,58	155,04

Fuente. Elaboración propia a partir de los datos de Flama. La Guía del Flamenco.

Este comportamiento se refleja en la Figura 2; la serie mensual muestra una clara tendencia positiva hasta mediados de 2011, año en el que se estabiliza en torno a los 550-600 espectáculos mensuales.

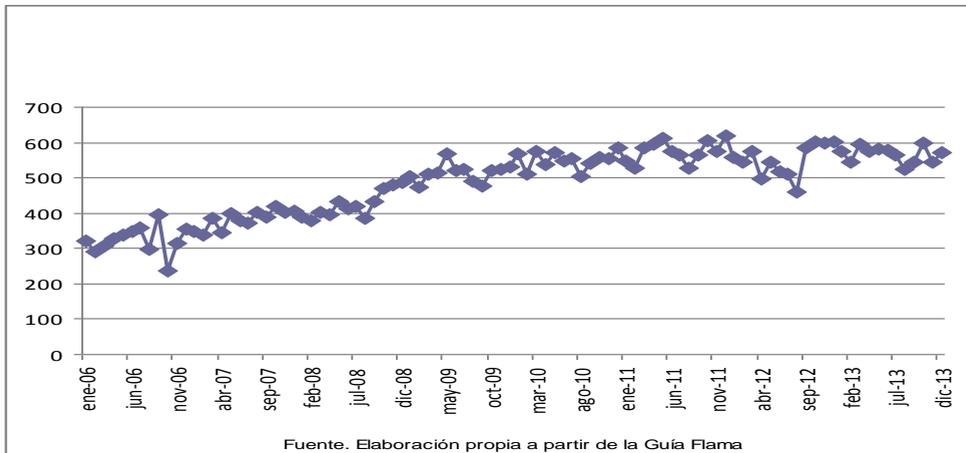


Figura 2. Espectáculos flamencos en directo en Sevilla. Serie mensual desde enero de 2006 a diciembre de 2013

Por otro lado, hay que señalar que la evolución del número de espectáculos y del aforo no ha sido paralela. El total de plazas ofrecidas ha pasado de más de 800.000 plazas en el año 2006, a 1.100.000 en 2011 para, posteriormente, situarse en torno al millón en 2012 y 2013. La Figura 3 muestra la evolución mensual del aforo ofrecido en la ciudad de Sevilla que está estabilizado en torno a las 90.000 plazas.

Como consecuencia del mayor incremento del número de espectáculos, el aforo medio ha disminuido durante el periodo considerado, estabilizándose en torno a las 150-160 plazas.

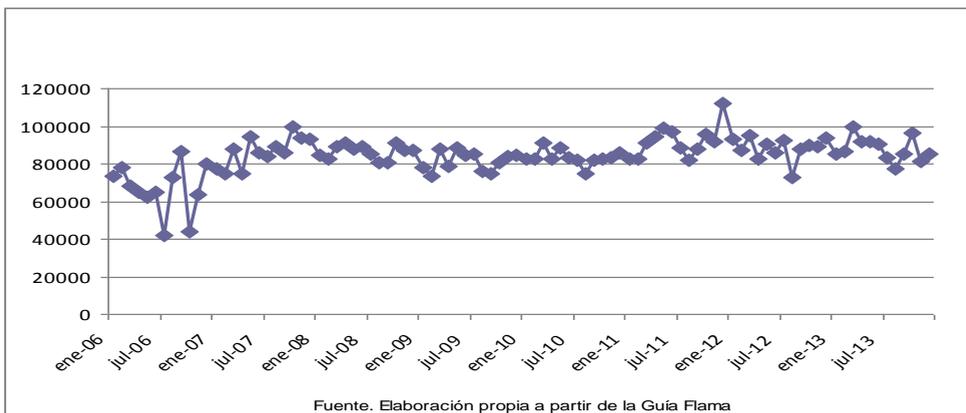


Figura 3. Aforo de espectáculos flamencos en directo en Sevilla. Serie mensual desde enero de 2006 a diciembre de 2013

Como hemos señalado anteriormente, la caracterización de la oferta de flamenco se ha realizado en función de dos parámetros de referencia: tipología del espectáculo y naturaleza del local de celebración. En atención al primer criterio, los espectáculos ofrecidos se han clasificado en tres categorías básicas según sea el tipo de flamenco predominante en ellos: *cante y/o toque* de guitarra, *baile* o *mixto* (conjunción de ambos). La Tabla 4 muestra la evolución del total anual de los tres tipos de espectáculos a lo largo del periodo 2006-2013. En general, en términos absolutos, podemos apreciar un predominio de los espectáculos de tipo mixto, seguidos de los de cante y los de baile, mucho más reducidos en número.

Tabla 4. Oferta de flamenco en Sevilla. Total y variación interanual. 2006-2013

AÑO	TOTAL ESPECTÁCULOS	CANTE Y TOQUE	%VAR	BAILE	%VAR	MIXTO	%VAR
2006	3891	133		66		3592	
2007	4594	179	34,59	57	-13,64	4358	21,33
2008	5092	186	3,91	97	70,18	4809	10,35
2009	6157	155	-16,67	66	-31,96	5936	23,44
2010	6605	208	34,19	114	72,73	6283	5,85
2011	6903	206	-0,96	229	100,88	6468	2,94
2012	6591	238	15,53	317	38,43	6036	-6,68
2013	6797	140	-41,18	377	18,93	6280	4,04

Fuente. Elaboración propia a partir de los datos de Flama. La Guía del Flamenco.

Asimismo, en términos porcentuales, existe un predominio de la oferta de espectáculos de tipo mixto (Tabla 5), que representa entre el 91,6% y el 96,4% del total en los años del período analizado

Tabla 5. Espectáculos flamencos por tipos (%)

Año	Cante y toque	Baile	Mixto	Total
2006	3,5	1,7	94,8	100
2007	3,9	1,2	94,9	100
2008	3,7	1,9	94,4	100
2009	2,5	1,1	96,4	100
2010	3,1	1,7	95,1	100
2011	3,0	3,3	93,7	100
2012	3,6	4,8	91,6	100
2013	2,1	5,5	92,4	100

Fuente. Elaboración propia a partir de los datos de Flama. La Guía del Flamenco

Por lo que respecta al segundo criterio, los establecimientos que ofrecen flamenco se han clasificado en cuatro categorías básicas según la titularidad del local: locales sin ánimo de lucro (SAL) en la que se incorporan, fundamentalmente, las peñas flamencas. En esta categoría se encuentran los centros de flamenco más puro, en los que tienen lugar, fundamentalmente, los espectáculos de cante o toque de guitarra. La segunda categoría engloba a entidades privadas con ánimo de lucro; aquí se incluyen, establecimientos de hoteles, bares o tablaos flamencos. En esta categoría se encuadran los locales que ofrecen, principalmente, espectáculos mixtos, a la vez que es la que registra la oferta mayor y más continua en el tiempo. La tercera categoría corresponde a los teatros públicos (Lope de Vega, Maestranza, Central); es la que cuenta con mayor aforo aunque con menor número, pues no son centros especializados en flamenco y cuentan con una oferta cultural mucho más amplia. Por último, los espacios públicos (Plazas de la ciudad) donde se desarrollan espectáculos al aire libre, especialmente en los meses de verano.

La Tabla 6 recoge el número total de espectáculos celebrados en función de estas cuatro categorías en cada uno de los años del periodo estudiado, así como el aforo estimado de cada uno de ellos. La gran mayoría de espectáculos flamencos de cada año se ofrecen en ámbitos privados (en torno al 94%); el peso de este grupo se reduce ligeramente si atendemos al aforo ofrecido, categoría que ocupa en torno al 90% del total de la oferta de plazas.

**Tabla 6.** Oferta de Flamenco en Sevilla según lugar en el que se desarrolla

AÑOS	ESPECTÁCULOS					AFORO				
	SAL	Priv.	Pcos.	EP	Total	SAL	Priv.	Pcos.	EP	Total
2006	353	3377	46	15	3891	30050	716360	47400	6700	800630
2007	291	4257	34	12	4594	30910	964240	31100	13750	1040000
2008	297	4712	49	34	5092	30531	960320	16450	29700	1037001
2009	308	5761	63	25	6157	42560	888270	36600	7800	975230
2010	399	6096	105	5	6605	48775	908960	41200	2750	1001685
2011	468	6274	115	46	6903	63230	940270	65760	34850	1104110
2012	398	6071	104	18	6591	58440	927220	60910	13400	1059970
2013	280	6424	88	5	6797	42990	954690	53600	2550	1053830

Fuente. Elaboración propia a partir de los datos de Flama. La Guía del Flamenco.

Uniendo ambos criterios de clasificación, se observa que los espectáculos mixtos se ofrecen, casi en su totalidad, en establecimientos privados (Tabla 7). Por su parte, los espectáculos de Cante y toque tienen un peso similar tanto en los locales sin ánimo de lucro como en los privados; en promedio, durante los años analizados, el 40,4% de este tipo de espectáculos se ofrece en peñas flamencas y el 48,1%, en bares y similares. Por último, la oferta de baile está más distribuida

entre los diversos tipos de establecimiento, si bien oscila en importancia según el año referido.

**Tabla 7.** Espectáculos por tipología y naturaleza del establecimiento (%)

		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
SAL	Cante y toque	45,4	41,9	37,1	45,2	36,5	44,7	45,0	27,1
	Baile	36,6	47,4	49,5	15,2	31,6	34,9	20,8	16,2
	Mixto	4,1	4,3	3,7	3,8	4,6	4,6	3,7	2,9
Privado	Cante y toque	42,6	52,5	52,2	39,4	57,2	42,7	45,0	52,9
	Baile	22,5	21,1	27,8	42,4	37,7	54,1	72,9	71,1
	Mixto	95,4	95,3	95,4	95,6	94,4	93,7	95,0	96,8
Público	Cante y toque	12,1	5,6	8,1	11,6	5,8	11,2	9,7	18,6
	Baile	40,8	19,3	12,4	39,4	30,7	10,5	6,0	12,5
	Mixto	0,4	0,3	0,5	0,3	0,9	1,1	1,0	0,2
Espacios Públicos	Cante y toque	0,0	0,0	2,7	3,9	0,5	1,5	0,4	1,4
	Baile	0,0	12,3	10,3	3,0	0,0	0,4	0,3	0,3
	Mixto	0,0	0,1	0,4	0,3	0,1	0,6	0,3	0,0

Fuente. Elaboración propia a partir de los datos de Flama. La Guía del Flamenco.

Por otra parte, hay que destacar que la tipología de la oferta de espectáculos flamencos es diferente según el lugar en el que se ofrecen. Los Teatros públicos y los Espectáculos en espacios públicos son los que ofrecen un aforo mayor. Por su propia naturaleza son espectáculos destinados a un público muy numeroso, generalmente de tipo mixto, y reducidos en número. Los locales privados y con ánimo de lucro son los que presentan aforos medios más reducidos, primando los tablaos y los establecimientos hoteleros, con espectáculos de tipo mixto (ver Tabla 8).

**Tabla 8.** Aforo medio según lugar de celebración del espectáculo

	SAL	Privado	Público	Espacios Públicos	Total
2006	85,1	212,1	1030,4	446,7	205,8
2007	106,2	226,5	914,7	1145,8	226,4
2008	102,8	203,8	335,7	873,5	203,7
2009	138,2	154,2	581,0	312,0	158,4
2010	122,2	149,1	392,4	550,0	151,7
2011	135,1	149,9	571,8	757,6	159,9
2012	146,8	152,7	585,7	744,4	160,8
2013	153,5	148,6	609,1	510,0	155,0

Fuente. Elaboración propia a partir de los datos de Flama. La Guía del Flamenco.

En resumen, a partir de los datos analizados, la oferta de flamenco en vivo en la ciudad de Sevilla en el periodo 2006-2013, tanto en términos del número de espectáculos como de plazas ofertadas no parece que se haya visto afectada por la crisis económica general. En este sentido, podemos concluir que el ajuste en este subsector de la actividad cultural se ha producido vía demanda, lo cual se podrá constatar en estudios posteriores.

## 4. CONCLUSIONES

El Flamenco constituye la manifestación cultural más representativa y significativa del patrimonio cultural intangible de Andalucía, al mismo tiempo que representa la principal seña de identidad, corroborada por la UNESCO al ser declarado Patrimonio cultural inmaterial.

El *paper* tiene un doble objetivo: por un lado, caracterizar el flamenco como bien cultural complejo desde el ámbito de la economía de la cultura, en la medida que puede manifestarse en distintos subsectores. Por otro, centrándonos en el análisis del flamenco como arte escénica y por tanto, como espectáculo en vivo, hemos realizado un estudio de la oferta de espectáculos durante el periodo 2006-2013 en Sevilla, dada la importancia de la ciudad en la creación, producción y difusión del Flamenco. Se ha estudiado tanto la evolución del número de espectáculos, y la diversidad de los mismos (cante, toque baile o mixto), como la capacidad de atender una demanda potencial (aforo). Para ello, nos basamos en los datos proporcionados por *Flama. La Guía del Flamenco*, guía de carácter privado que recoge la agenda pormenorizada de todas las empresas y espectáculos en vivo ofrecidos con una periodicidad mensual desde el año 2006.

Este paper contribuye a la literatura de tres formas: Primero, desde la perspectiva de la economía de la cultura, al tratar el Flamenco como bien cultural bajo un enfoque económico, escasamente abordado en la literatura hasta el momento. Segundo, la elaboración de dos series cronológicas, una de aforo y otra de número de espectáculos flamencos ofrecidos en la ciudad de Sevilla en el periodo considerado. Tercero, la realización de un análisis dinámico de la oferta de espectáculos en una de las principales ciudades del mundo en las que se ofrece esta tipología de arte escénica generando una fuente de información inexistente hasta el momento a partir de una base de datos inexplorada.

Los datos muestran que durante el periodo analizado, 2006-2013, se ha producido una oferta creciente de espectáculos de flamenco en la ciudad de Sevilla, tanto en términos del número de espectáculos (incremento del 74,7%) como del de plazas ofertadas (incremento del 31,6%), aunque dicho crecimiento no ha sido ni homogéneo ni constante. Así, la oferta de espectáculos fue especialmente importante en el inicio de la serie, años 2006-2009, estabilizándose al final del

periodo. Por su parte, la serie de aforo ha presentado un comportamiento más heterogéneo, con reducciones anuales significativas (2008, 2009, 2012, 2013). Asimismo, la discrepancia existente en la evolución de los espectáculos y plazas, con un crecimiento muy superior de la primera, ha dado lugar a una disminución del aforo medio durante el periodo, desde una oferta inicial de 206 plazas a las 155 ofertadas en 2013.

En cuanto a la tipología de los espectáculos ofrecidos, predominan los de tipo mixto, donde se combina el cante y el toque con el baile. Por lo que respecta a la naturaleza jurídica del establecimiento oferente, es la iniciativa privada con ánimo de lucro la que domina la oferta.

El trabajo muestra que una oferta, cuanto menos estable, en una fase recesiva, revela la existencia de una demanda potencial de Flamenco como bien cultural. De ahí la necesidad de fomentar aún más su proyección interior y exterior para convertirlo en un recurso generador de actividad económica vinculada al turismo cultural.

### **Agradecimientos**

Queremos agradecer a D. Isidoro Cascajo, director de *Flama. La Guía del Flamenco*, la inestimable ayuda proporcionada para la elaboración de la serie de datos, fundamental para la realización de este trabajo.

## **5. REFERENCIAS**

ACUÑA, T. (2006): *El flamenco como recurso económico*. Dirección Regional de Comercio de Sevilla. [http://www.icex.es/staticFiles/EL%20FLAMENCO%20COMO%20RECURSO%20ECONOMICO\\_2522\\_.pdf](http://www.icex.es/staticFiles/EL%20FLAMENCO%20COMO%20RECURSO%20ECONOMICO_2522_.pdf). Acceso 29 April 2014.

AOYAMA, Y. (2007): The role of consumption and globalization in a cultural industry: the case of flamenco. *Geoforum*, 38, 103-113.

AOYAMA, Y. (2009): Artists, Tourists, and the state: Cultural Tourism and the Flamenco Industry in Andalusia, Spain. *International Journal of Urban and Regional Research*, 33 (marzo), 80-104

BECKER, G. (1965): A Theory of the Allocation of Time. *Economic Journal*, 75, (September), 493-517.

CABALLERO-BONALD, J.M. (1988): *Luces y sombras del flamenco*. Sevilla: Algaida ediciones.

CANO, G.;CAZORLA, J.;CRUCES, C.;DELGADO, M.; ESCALERA, R.; LACOMBA, J.A.;MORENO, I.;ROPERO, M. (2001): *La identidad del pueblo andaluz*. Sevilla: Defensor del Pueblo andaluz <http://www.revandalus.com/biblioteca/la-identidad-del-pueblo-andaluz.pdf>. Acceso 20 Abril 2014.

CANTERO MARTÍNEZ, J.;HERNÁNDEZ PAVÓN, E. (2009): *La Economía Sevillana del Flamenco*. Sevilla: Docucenter.

CASTILLO, J.I.; LÓPEZ, L.; PAZOS, M.L. (2005): *Análisis económico y Prospectiva del sector de la moda en Sevilla*. Sevilla: Ayuntamiento de Sevilla. [http://works.bepress.com/juan\\_pedro\\_asencio\\_flores/5](http://works.bepress.com/juan_pedro_asencio_flores/5). Acceso 20 abril 2014.

CRUCES, C. (2002a): *Más allá de la música. Antropología y flamenco (I)*. Sevilla: signatura ediciones.

CRUCES, C. (2002b): *Historia del flamenco*. Sevilla: Tartessos.

CRUCES, C. (2003). *Más allá de la música. Antropología y flamenco (II)*. Sevilla: signatura ediciones.

GARCÍA-LORCA, F. (1992): Poema del Cante Jondo. En *Romancero Gitano*. Letras hispánicas, Madrid: Cátedra.

GUIA FLAMA (2014): *Guía Flama*. [http:// www.guiaflama.com](http://www.guiaflama.com). Accessed 30 April 2014.

KEA (2006): *The Economy of Culture in Europe*. [http://ec.europa.eu/culture/library/studies/cultural-economy\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf). Acceso 20 Abril 2014.

LEBLON, G. (1991): *El cante flamenco, entre las músicas gitanas y las tradiciones andaluzas*. Madrid: Cinterco.

MACHADO, A. (1986): *El folk-klore andaluz*. Sevilla: E.A.U.

MACHADO, A. (1988): *Poesías completas*. colección austral, Madrid: Espasa-Calpe.

MACHADO, A. (1998): *Cantes flamencos*. 3ed. Colección Austral, Madrid: Espasa-Calpe.

ORTEGA MARTOS, C. (2006): *El impacto del flamenco en las industrias culturales andaluzas*. Edición eBook. <http://www.mastergestioncultural.org/files/File/TESINAS/T07-0160%20Cristobal%20Ortega,%20El%20impacto%20del%20Flamenco%20en%20las%20industrias%20culturales%20andaluzas.pdf>. Acceso 10 Abril 2014.

MORENO, I. (2002): *La globalización y Andalucía. Entre el mercado y la identidad*. Sevilla: Mergablum.

ROPERO-NUÑEZ, M. (1989): *Estudios sobre el léxico andaluz*. Sevilla: el Carro de la Nieve.

ROPERO-NUÑEZ, M. (1991): *El léxico caló en el lenguaje del cante flamenco*. Sevilla: Universidad de Sevilla

ROPERO-NUÑEZ, M; NARBONA-JIMENEZ, A. (1997): *El habla andaluza*. Sevilla: universidad de Sevilla.

ROS, L.; RÍOS, J.C. (2010): *La identidad andaluza en el flamenco*. <http://www.jaleoandalucia.org/web20/documentos/flamenco1.pdf>. Acceso 20 Abril 2014.

RUIZ NAVARRO, J.; PÉREZ GONZÁLEZ, A (2011): *Importancia del flamenco en las industrias culturales de Andalucía*. Instituto Andaluz del Flamenco, Consejería de Cultura, Junta de Andalucía. [http://www.juntadeandalucia.es/culturaydeporte/comunidadprofesional/sites/default/files/flamenco\\_resumen\\_ejecutivo.pdf](http://www.juntadeandalucia.es/culturaydeporte/comunidadprofesional/sites/default/files/flamenco_resumen_ejecutivo.pdf). Acceso 20 Abril 2014 .

SAETA (2004): *El turismo de flamenco en Andalucía 2004*. <http://www.juntadeandalucia.es/servicios/publicaciones/detalle/41473.html>. Acceso 20 Abril 2014.

SEAMAN, B. (2006): Empirical Studies of Demand for the Performing Arts. En GINSBURGH V.; THROSBY, D. (eds): *Handbook of the Economics of Art and Culture*, 415-472. Amsterdam: North-Holland.

STEINGRESS, G. (2002): El flamenco como patrimonio cultural o una construcción artificial más de la identidad andaluza. *Revista Andaluza de Ciencias Sociales*, 1, 43-63.

THROSBY, D. (1994): The Production and Consumption of the Arts: A View of Cultural Economics. *Journal of Economic Literature*, vol. 32(1), 1-29.

THROSBY, D. (2001): *Economics and culture*. Cambridge: Cambridge University Press.

UNESCO (2003): *Convention for the safeguarding of intangible cultural heritage*. <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=en&pg=00006>. Acceso 20 Abril 2014.

UNESCO (2009): *2009 Statistical Framework for Cultural Statistics*. <http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/framework-cultural-statistics-culture-2009-en.pdf>. Accessed 20 Abril 2014.

UNESCO (2010): *Convention for the safeguarding of the intangible cultural heritage*. *Intergovernmental committee for the safeguarding of the intangible cultural heritage*. Representative List Nomination file no. 00363 for inscription on the representative list of the intangible cultural heritage in 2010. <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=335>. Acceso 20 Abril 2014.

UNESCO (2013): *Creative Economy Report 2013. Special edition. Widening local development pathways*. <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>. Acceso 20 Abril 2014.