

CREACIÓN DE MERCADOS PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS ARTES ESCÉNICAS: EL ROL DE LOS INTERMEDIARIOS EN EL CASO DEL FLAMENCO

María-Angeles Rastrollo-Horrillo

Profesora Titular Departamento Economía y Administración Empresas
Universidad de Málaga.

...

Resumen

Este trabajo pretende profundizar en la internacionalización de las artes escénicas. Representar un espectáculo en otros países puede no ser fácil debido, por ejemplo, a las dificultades para transmitir la calidad de un producto con valor simbólico anclado en los valores culturales locales, con altos costes variables y con predominio de los valores artísticos frente a los económicos. Estas características económicas y de management distintivas generan complejidades en el proceso de internacionalización que merecen ser investigadas. Los resultados de este estudio tienen implicaciones teóricas y prácticas para un sector cultural con pocas referencias en relación a la internacionalización, y con creciente interés por diversificar sus fuentes de ingresos ante el recorte de las subvenciones públicas. A partir del estudio de caso del flamenco, se analiza el importante rol de los intermediarios en la creación de mercados internacionales y cómo consiguen superar las dificultades derivadas de las características distintivas de las artes escénicas.