

ÍNDICE

RESUMEN	2
ABSTRACT	3
RESUM	4
PREÁMBULO	44
INTRODUCCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	47
Presentación y objeto de estudio	49
Justificación	49
Antecedentes y estado actual	51
Objetivos	53
Metodología	54
Estructura de la tesis	55
MARCO TEÓRICO	59
Capítulo 1: La orquesta sinfónica	60
1.1 La orquesta sinfónica	60
1.1.1 Etimología	60
1.1.2 Sinfónica o Filarmónica: Etimología	62
1.2 La Orquesta: desarrollo	62
1.3 Datos de las orquestas sinfónicas de España	71
1.3.1 Número de orquestas sinfónicas	72
1.3.2 Número de orquestas sinfónicas por CC. AA.	72
1.4 El director de orquesta	76
1.5 Asociación Española de Orquestas Sinfónicas (AEOS)	81
1.5.1 Objetivos de AEOS	82
1.5.2 Actividades de AEOS	82
1.5.2.1 Jornadas de AEOS	82
1.5.3 Orquestas de AEOS	84
Capítulo 2: El público musical	86
2.1 La relación entre música y sociedad	86
2.2 El público musical	101
2.3 El público musical con la llegada de la COVID-19	116
2.4 El concierto público	118

Capítulo 3: Situación de la música clásica en España	127
3.1 Estado de la música clásica	127
3.1.1 Número de conciertos	127
3.1.2 Número de espectadores	128
3.1.3 Recaudación económica	129
3.1.4 Distribución de la música clásica por géneros	129
3.1.5 Distribución de asistencia a la música clásica	130
3.1.6 Distribución de la recaudación de la música clásica	131
3.2 Datos de la música clásica	132
3.2.1 Evolución del número de conciertos	132
3.2.2 Evolución del número de espectadores	133
3.2.3 Evolución de la recaudación	134
3.2.4 Evolución del número de conciertos de pago de música Sinfónica	134
3.2.5 Evolución de la asistencia a los conciertos de pago de la música sinfónica	135
3.2.6 Evolución de la recaudación de los conciertos de pago de música sinfónica	136
3.2.7 Evolución de la media de espectadores por concierto de pago de música sinfónica	136
3.2.8 Evolución de la recaudación media por concierto de pago de música sinfónica	137
3.2.9 Evolución de la media del precio de la entrada por concierto de pago de música sinfónica	138
3.3 Salas de concierto por comunidades autónomas	138
3.3.1 Tipos de salas de concierto por comunidades autónomas	141
3.4 Datos sobre la asistencia a conciertos de música clásica	141
3.5 La figura de la mujer en la música clásica en España	142
Capítulo 4: La comunicación cultural	145
4.1 Comunicación: etimología y definición	145
4.2 La comunicación corporativa	146
4.3 Las estrategias de comunicación	148
4.3.1 Los servicios de comunicación mediante el envío de	

Newsletters	149
4.3.2 Los sitios web	150
4.3.3 Las redes sociales	151
4.4 La comunicación en instituciones culturales	155
4.5 La investigación de públicos en las entidades culturales	156
4.6 Los departamentos de comunicación	160
4.6.1 El director de comunicación (DIRCOM)	160
4.6.2 La figura del Community Manager	161
ESTUDIO EMPÍRICO	164
Capítulo 5: Diseño y metodología	165
5.1 Marco metodológico y modelo de la investigación	166
5.2 Cronograma del trabajo empírico de la investigación	166
5.3 Objetivos e hipótesis	169
5.4 Instrumentos de medida, metodología y variables	173
5.4.1 Cuestionario a los públicos de la cultura	173
5.4.1.1 Perfil de los públicos de la cultura	174
5.4.1.2 Gustos y preferencias en la cultura	176
5.4.1.3 Presupuesto invertido en cultura	176
5.4.1.4 Medio de obtención de información	177
5.4.1.5 Predilección de estilos musicales	177
5.4.1.6 Asistencia a conciertos de música en directo	178
5.4.1.7 Conocimiento de espacios de interpretación de música sinfónica	178
5.4.1.8 Asistencia a conciertos de música sinfónica	178
5.4.2 Cuestionario a los abonados de las orquestas sinfónicas	178
5.4.2.1 Perfil de los públicos de las orquestas sinfónicas	179
5.4.2.2 Razón de abono	181
5.4.2.3 Preferencia del repertorio musical	181
5.4.2.4 Grado de importancia de aspectos de programación y Gestión	182
5.4.2.5 Valoración sobre diferentes aspectos de la Comunicación	182
5.4.2.6 La comunicación desarrollada por las orquestas	

Sinfónicas	183
5.4.3 Análisis de la programación de las orquestas sinfónicas	184
5.4.3.1 Diseño de la gestión de la programación	186
5.4.3.1.1 Número de programas de la temporada	186
5.4.3.1.2 Número de directores	186
5.4.3.1.3 Número de obras programadas y promedio de años	186
5.4.3.1.4 Número de compositores	187
5.4.3.1.5 Número de solistas	187
5.4.3.2 Características de la programación	187
5.4.3.2.1 Periodos musicales programados	187
5.4.3.2.2 País de nacimiento de los compositores	188
5.4.3.2.3 Especialidades instrumentales, vocales y de actuación	188
5.4.3.3 Diversidad de género en la programación de una temporada musical	188
5.4.3.3.1 La presencia de la mujer en los directores de la temporada 21/22	188
5.4.3.3.2 La presencia de la mujer en los compositores de la temporada 21/22	189
5.4.3.3.3 La presencia de la mujer en los solistas de la temporada 21/22	189
5.4.4 Análisis de los equipos de gestión y personal de las orquestas sinfónicas	189
5.4.5 Entrevistas semiestructuradas a expertos	191
5.4.5.1 Preguntas de las entrevistas semiestructuradas	191
5.4.5.1.1 Estado actual de las entidades culturales	191
5.4.5.1.2 El área de comunicación de las entidades culturales	192
5.4.5.1.3 Plan de comunicación en las entidades culturales	192
5.4.5.1.4 Los públicos de las entidades culturales	192
5.4.5.2 Perfil de los entrevistados	193

5.4.6 Grupo de discusión de abonados de las orquestas	
Sinfónicas	193
5.4.6.1 El público de las orquestas sinfónicas	195
5.4.6.2 La programación de las orquestas sinfónicas	196
5.4.6.3 La comunicación de las orquestas sinfónicas	196
5.4.7 Entrevistas semiestructuradas a los gerentes	
de las orquestas sinfónicas	196
5.4.7.1 Preguntas de las entrevistas semiestructuradas	197
5.4.7.1.1 Responsabilidades de la figura de un	
gerente	197
5.4.7.1.2 Diseño de una temporada musical	197
5.4.7.1.3 Análisis de la asistencia a conciertos	198
5.4.7.1.4 Estrategia de públicos	198
5.4.7.1.5 Abonos de temporada	198
5.4.7.1.6 Área de comunicación	198
5.4.7.2 Perfil de los entrevistados	198
5.4.8 Entrevistas semiestructuradas a los directores	
Artísticos	199
5.4.8.1 Preguntas de las entrevistas semiestructuradas	200
5.4.8.1.1 Funciones de la figura del director	
Artístico	200
5.4.8.1.2 Diseño de una temporada musical	200
5.4.8.1.3 Tipos de públicos de la programación	200
5.4.8.1.4 Estudio de la asistencia a conciertos	200
5.4.8.1.5 Programas para nuevos públicos	200
5.4.8.1.6 Relación con los departamentos de	
comunicación y su actividad	201
5.4.8.1.7 Comunicación con públicos y abonados	201
5.4.8.2 Perfil de los entrevistados	201
5.4.9 Entrevistas semiestructuradas a los responsables	
de comunicación	202
5.4.9.1 Preguntas de las entrevistas semiestructuradas	203
5.4.9.1.1 Gestión del departamento de comunicación	203

5.4.9.1.2	Funciones de las personas del departamento	203
5.4.9.1.3	Diseño de un plan de comunicación	203
5.4.9.1.4	Investigación de públicos	203
5.4.9.1.5	Diseño de la comunicación en función de los públicos	204
5.4.9.1.6	Criterios para identificar los distintos tipos de públicos	204
5.4.9.1.7	Creación de una base de datos de los Públicos	204
5.4.9.1.8	Estrategias para nuevos públicos	204
5.4.9.1.9	Análisis de resultados	204
5.4.9.1.10	Comunicación con abonados	205
5.4.9.2	Perfil de los entrevistados	205
5.4.10	Análisis de la comunicación redes sociales	206
5.4.11	Análisis comunicación mediante <i>newsletters</i>	207
5.4.12	Análisis de los sitios webs de las orquestas sinfónicas	208
5.5	Participantes	209
5.5.1	Orquestas sinfónicas participantes en la investigación de públicos	210
5.5.2	Orquestas sinfónicas participantes en el análisis de la Temporada	213
5.5.3	Orquestas sinfónicas participantes en la investigación de la comunicación	214
ANÁLISIS		217
Capítulo 6:	Resultados obtenidos	218
6.1	Resultados del cuestionario a los públicos de la cultura	220
6.1.1	Muestra y descripción de la muestra	220
6.1.2	Resultados del cuestionario	220
6.1.2.1	Perfil	221
6.1.2.2	Gustos y preferencias en la cultura	223
6.1.2.3	Presupuesto invertido en cultura	225
6.1.2.4	Medio de obtención de la información	226

6.1.2.5 Predilección de estilos de música	226
6.1.2.6 Asistencia a conciertos de música en directo	228
6.1.2.7 Conocimiento de espacios de interpretación de música sinfónica	228
6.1.2.8 Asistencia a conciertos de música sinfónica	229
6.2 Resultados del cuestionario a los abonados de las orquestas sinfónicas	229
6.2.1 Muestra y descripción de la muestra	229
6.2.2 Resultados del cuestionario	230
6.2.2.1 Perfil	230
6.2.2.2 Razón de abono	232
6.2.2.3 Preferencia del repertorio musical	233
6.2.2.4 Valoración sobre diversos aspectos de programación y gestión	233
6.2.2.5 Valoración y preferencia de la comunicación	235
6.2.2.6 La comunicación desarrollada por las orquestas sinfónicas	239
6.3 Resultados del análisis de la programación de las orquestas sinfónicas	241
6.3.1 Muestra y descripción de la muestra	241
6.3.2 Diseño de la gestión de la programación	242
6.3.3 Características de la programación	279
6.3.4 Diversidad de género en la programación de una temporada musical	348
6.4 Resultados del análisis a los equipos de gestión y personal de las orquestas sinfónicas	369
6.4.1 Muestra y descripción de la muestra	369
6.4.2 Número de responsables en la gestión de las orquestas sinfónicas	370
6.4.3 Cargos de los responsables de la gestión de las orquestas sinfónicas	371
6.4.4 Áreas de comunicación de las orquestas sinfónicas	393
6.4.5 Orquestas sinfónicas con director de comunicación	394

6.4.6 Orquestas sinfónicas con responsables de redes sociales	395
6.4.7 Responsables de públicos y abonados en las orquestas sinfónicas	397
6.4.8 Instrumentistas de las orquestas sinfónicas	398
6.4.9 La presencia de la mujer en el personal de las orquestas sinfónicas	400
6.5 Resultados de las entrevistas semiestructurada a tres expertos	405
6.5.1 Esquema del contenido de las entrevistas	405
6.5.2 Análisis de los resultados de las entrevistas	413
6.6 Resultados del grupo de discusión realizado a los abonados de las orquestas sinfónicas	416
6.7 Resultados de la entrevista semiestructurada a los gerentes de las orquestas sinfónicas	421
6.7.1 Esquema del contenido de las entrevistas	421
6.7.2 Análisis de los resultados de las entrevistas	427
6.8 Resultados de la entrevista semiestructurada a los directores artísticos de las orquestas sinfónicas	429
6.8.1 Esquema del contenido de las entrevistas	429
6.8.2 Análisis de los resultados de las entrevistas	436
6.9 Resultados de la entrevista semiestructurada a los responsables del área de comunicación de las orquestas sinfónicas	437
6.9.1 Esquema del contenido de las entrevistas	437
6.9.2 Análisis de los resultados de las entrevistas	445
6.10 Resultados del análisis de redes sociales de las orquestas sinfónicas	448
6.10.1 Muestra y descripción de la muestra	448
6.10.2 Red social Facebook	448
6.10.3 Red social Instagram	546
6.10.4 Red social Twitter	638
6.10.5 Red social YouTube	730
6.11 Resultados del análisis del servicio de	

comunicación mediante <i>newsletters</i> de las orquestas sinfónicas	789
6.11.1 Muestra y descripción de la muestra	789
6.11.2 Cantidad total de <i>newsletters</i>	789
6.11.3 Número mensual de <i>newsletters</i> por entidad	792
6.11.4 Estructura, diseño y contenido de las <i>newsletters</i>	805
6.12 Resultados del análisis del contenido de los	
sitios webs de las orquestas sinfónicas	882
6.12.1 Muestra y descripción de la muestra	882
6.12.2 Idiomas y lenguas disponibles	882
6.12.3 Información de la entidad	884
6.12.4 Comunicación de la temporada, conciertos y actividades	885
6.12.5 Sección de noticias	886
6.12.6 Redes sociales	887
6.12.7 Canales de venta de entradas	889
CONCLUSIONES	891
BIBLIOGRAFÍA	909
ANEXOS	924