



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

GRADO EN TURISMO

**La evolución del Carnaval de Niza (Francia). Análisis del
impacto en la experiencia turística**

Trabajo Fin de Grado presentado por Laura Jiménez Cabezas, siendo la tutora del mismo la profesora Catalina González Melero.

Vº. Bº. del Tutor/a/es/as:

Alumno/a:

D./Dña. Catalina González Melero

D./Dña. Laura Jiménez Cabezas

Sevilla. Mayo de 2024



**GRADO EN TURISMO
FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS**

**TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2023-2024]**

TÍTULO:

LA EVOLUCIÓN DEL CARNAVAL DE NIZA (FRANCIA). ANÁLISIS DEL IMPACTO EN LA EXPERIENCIA TURÍSTICA

AUTOR:

LAURA JIMÉNEZ CABEZAS

TUTOR:

D^a CATALINA GONZÁLEZ MELERO

DEPARTAMENTO:

FILOLOGÍA FRANCESA

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

LENGUA FRANCESA

RESUMEN:

El Carnaval de Niza es considerado uno de los más importantes en Francia y en todo el mundo. En este trabajo, comenzaremos exponiendo la importancia del estudio de las fiestas y carnavales. Asimismo, analizaremos la historia que hay detrás de este gran evento, su evolución a lo largo del tiempo y cómo se ha adaptado a las nuevas generaciones. Por último, estudiaremos el impacto que el carnaval promueve con relación a la experiencia turística y local, indagando en el efecto que provoca sobre el turismo español.

PALABRAS CLAVE:

Carnaval de Niza; Fiestas y carnavales; Turismo de invierno; Francia; Promoción turística.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	3
1.1. PRESENTACIÓN	3
1.2. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA ELEGIDO	3
1.3. OBJETIVOS	4
1.4. METODOLOGÍA.....	4
2. ORIGEN DEL CARNAVAL	5
2.1. ¿QUÉ ES EL CARNAVAL?	5
2.2. LA IMPORTANCIA DEL ESTUDIO DE LAS FIESTAS Y CARNAVALES.....	5
2.3. HISTORIA DEL CARNAVAL.....	6
3. HISTORIA DEL CARNAVAL DE NIZA.....	9
3.1. ORIGEN Y TRAYECTORIA.....	9
3.2. ELEMENTOS FUNDAMENTALES DEL CARNAVAL	11
3.2.1. Eventos emblemáticos del carnaval.....	11
3.2.2. Figuras icónicas.....	13
3.2.3. Temática del carnaval.....	15
3.2.4. El alcalde o relojero	17
4. CARNAVAL DE NIZA Y TURISMO.....	19
4.1. PARTICIPACIÓN PROGRESIVA DEL TURISMO	19
4.2. ADAPTACIÓN DE LAS FIESTAS A LA MODERNIDAD	20
4.2.1. Nuevas tendencias: Redes sociales y Queernaval	20
4.2.2. Atentado de 2016 y su impacto en el carnaval.....	22
4.3. IDIOSINCRACIA DE LOS HABITANTES DE NIZA FRENTE AL TURISMO DE MASAS	24
4.4. POTENCIAL TURÍSTICO DEL CARNAVAL DE NIZA Y SU IMPACTO EN EL TURISMO ESPAÑOL.....	25
4.4.1. El Carnaval de Niza y su legado cultural.....	26
4.4.2. Turismo de invierno como principal atractivo turístico.....	28
4.4.3. El Carnaval de Niza. Un destino regional con aspiración internacional ..	30
4.4.4. Turismo MICE y su influencia en el turismo español.....	31
5. ANÁLISIS	35
6. CONCLUSIÓN.....	36

7. BIBLIOGRAFÍA.....	37
8. ANEXOS.....	39

1. INTRODUCCIÓN

1.1. PRESENTACIÓN

En la actualidad podemos encontrarnos con una gran cantidad de festividades distintas que nos ofrece la industria de eventos, y el carnaval es una de ellas. En particular, Francia es un país conocido por su diversidad de celebraciones, las cuales se llevan a cabo durante el transcurso del año, en diferentes temporadas. Cabe destacar eventos de gran renombre como el Festival de Cannes, celebrado en Cannes, o la Fiesta de las Luces en Lyon. Entre estos fenómenos culturales destaca el Carnaval de Niza, el carnaval que mayor interés genera en Francia seguido del Carnaval de Dunkerque.

El Carnaval de Niza tiene lugar en la ciudad de Niza, Francia, y cautiva con su música y color tanto a residentes locales como a visitantes extranjeros llenando de alegría durante 15 días la Costa Azul. Durante el programa, la ciudad se llena de desfiles, carrozas y cientos de músicos y bailarines, que desfilan por el famoso Paseo de los Ingleses bajo la mirada de millones de espectadores del mundo entero.

En este trabajo de investigación exploraremos la importancia de las fiestas y carnavales, un área poco estudiada durante mucho tiempo y que resulta de gran relevancia para el desarrollo económico y cultural de una ciudad como Niza, sirviendo así de ejemplo para otras ciudades del mundo.

El Carnaval de Niza es uno de los más antiguos y prestigiosos del mundo, por lo que contiene una gran historia y herencia cultural. Por ello, nos centraremos en analizar de forma detallada desde su origen y evolución hasta su adaptación a la modernidad, destacando sus elementos principales y acontecimientos más recientes. Sumado a lo anterior, analizaremos el impacto que genera el carnaval, enfocándonos en su potencial turístico y en cómo afecta este evento de gran esplendor a la comunidad local.

Finalmente, en este estudio se analizará en especial el papel que desempeña el turismo español en este contexto festivo, midiendo su influencia como país turístico potencial y su proyección sobre el turismo MICE¹ o de negocios.

1.2. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA ELEGIDO

El estudio de temas relacionados con los eventos festivos, y en este caso, los carnavales, ha sido considerado durante mucho tiempo como irreverente o poco serio. Sin embargo, los carnavales forman parte de nuestra identidad como seres humanos y constituyen un conjunto de procesos sociales, culturales y políticos dignos de estudio.

Para la elección de este tema me he basado en mi propia predilección por los eventos, ya que actualmente estudio un Máster en Dirección de Eventos y siento fascinación por la materia.

Por último, me he fundamentado en mi interés por Francia, uno de los destinos turísticos más importantes del mundo, que pone a disposición del turista, numerosos y a la vez diversos eventos festivos. La combinación de un evento tan importante reconocido a nivel mundial y la multitud de asistentes que acoge, hace inevitable un estudio en profundidad sobre el impacto que el Carnaval de Niza genera en la experiencia turística.

¹ El término MICE hace referencia al turismo de negocios, este engloba el ámbito del turismo de reuniones, incentivos, conferencias y reuniones. Cada inicial se corresponde a la definición original en inglés: Meetings, Incentives, Conferencing y Exhibitions.

1.3. OBJETIVOS

Con la realización de este trabajo se pretende principalmente dar a conocer la historia del Carnaval de Niza, uno de los principales símbolos de la Costa Azul. Este carnaval esconde una historia en la cual el turismo cobra gran importancia, viéndose reflejado en el progreso y la innovación que experimenta la ciudad a medida que transcurre el tiempo. En segundo objetivo de este trabajo es analizar el potencial que puede llegar a albergar este festival de gran impacto turístico, la repercusión que tiene a nivel local y más específicamente, cómo puede llegar a afectar al turista español.

Como objetivo secundario se persigue conocer más a fondo las partes integrantes del carnaval, además de dar a conocer el proceso mediante el cual un evento pasa a ser de poco conocido, a aspirar a ser reconocido como patrimonio cultural y como ejemplo de destino sostenible.

1.4. METODOLOGÍA

Este trabajo se ha realizado siguiendo diferentes pautas o directrices: en primer lugar, se ha llevado a cabo la recopilación de información a través de libros, tesis doctorales, páginas webs oficiales o artículos. Para ello, se ha realizado una búsqueda exhaustiva en Internet, adentrándonos tanto en Google Scholar como en webs francesas como el buscador francés, Google.fr, la página web de la Oficina de Turismo de Niza o la página web oficial del Carnaval de Niza.

Las distintas fuentes de información obtenidas estaban escritas en diferentes idiomas, principalmente en francés, aunque también en español, inglés o incluso portugués. Esto nos ha llevado a no centrarnos únicamente en Francia y Niza, sino que, por el contrario, según nuestro punto de vista era necesario poseer previamente conocimientos e informarse en base a diferentes países e idiomas, para así tener una idea clara del significado y la historia del carnaval como idea general.

Algunas de las fuentes mencionadas anteriormente han requerido la traducción de las mismas, aportando así un mayor rigor científico al trabajo. Para ello han sido necesarios nuestros conocimientos de francés, además del uso del diccionario.

Por último, hemos contactado por correo electrónico en múltiples ocasiones con la oficina de Turismo de Niza y con Anastasia Pestereva, Doctora en Ciencias de la Información y la Comunicación (université Côte d'Azur) y autora del artículo "Le carnaval de Nice : entre culture revivaliste, mise en tourisme et mise en patrimoine", el cual me facilitó para poder realizar este trabajo.

2. ORIGEN DEL CARNAVAL

2.1. ¿QUÉ ES EL CARNAVAL?

Según Gutierrez S., E.J. & Cunin, E. (2006) el carnaval es un fenómeno vinculado al establecimiento de espacios de sociabilidad festiva, que fortalece el sentido de pertenencia de una comunidad y de sus ciudadanos. Hablamos de un acontecimiento de enorme transcendencia política, cultural y urbana que reaviva la esencia de las costumbres y fiestas tradicionales, y que en la actualidad persigue atraer turismo e inversión.

En cuanto a la fecha de su celebración, tiene lugar inmediatamente antes de la cuaresma cristiana, siendo susceptible de cambio entre los meses de febrero y marzo dependiendo del año y el lugar dónde se celebre.

Algunos de los elementos más comunes que combina el carnaval son: los disfraces, los desfiles y las fiestas en la calle (Rodríguez Santana, K. G.,2015).

Según Gutierrez S., E.J. & Cunin, E. (2006), el carnaval tiene un gran impacto tanto en pequeñas localidades como en grandes ciudades y metrópolis. Esto provoca que las industrias culturales, al darse cuenta de la repercusión financiera que conlleva, pongan cada vez más atención en este tipo de fiesta.

2.2. LA IMPORTANCIA DEL ESTUDIO DE LAS FIESTAS Y CARNAVALES

Según Gutierrez S., E.J. & Cunin, E. (2006), el estudio de temas relacionados con la fiesta o, en este caso los carnavales, ha sido considerado durante mucho tiempo como algo sin importancia o “poco serio”. Tanto es así, que esta materia fue ignorada durante años por las ciencias sociales, lo cual ha provocado un estancamiento en el avance del conocimiento.

A pesar de ello, la percepción que se tenía sobre la importancia del estudio de culturas populares ha cambiado y ha avanzado con el paso de los años, y múltiples académicos y profesionales del sector se han dedicado a investigar a cerca de ello. Esto no implica que se haya investigado a fondo el tema, sino todo lo contrario, aún queda un largo camino por recorrer.

Al hablar de la importancia del carnaval, uno de los principales aspectos que sobresalen es su gran capacidad para adaptarse a diversas circunstancias y contextos históricos. El carnaval es una de las pocas celebraciones que se han mantenido perseverantes en el tiempo y que forma una hibridación o combinación de culturas. Con esto nos referimos a la base que genera en torno a diferentes expresiones artísticas, creencias religiosas y valores sociales de las diversas culturas que acoge.

Asimismo, las fiestas y los carnavales forman parte de nuestra identidad y tradiciones, lo que quiere decir que reflejan los procesos sociales que atraviesa la población en un momento determinado. El crecimiento urbano o la modernización económica de una ciudad se pueden ver progresar a la misma vez que lo hacen sus fiestas.

Hoy en día, gracias a la relevancia concedida por los gobiernos, las fiestas se enmarcan en uno de los componentes fundamentales del turismo, y una herramienta clave de estrategia política y comercial para atraer al visitante. Carnavales y fiestas se convierten en una industria cultural a causa de la llegada de los medios de comunicación y la fuerte comparecencia de las empresas privadas.

2.3. HISTORIA DEL CARNAVAL

El concepto de carnaval se crea mediante la combinación de tres festividades paganas: las “bacanales”, una fiesta como tributo al Dios Baco (el dios del vino), las “saturnales”, celebrada en gratitud a Saturno, y las “Iupercales”, es decir, una festividad celebrada tanto en Grecia como en Roma en honor al Dios Pan. Esta fiesta se celebra desde tiempos inmemoriales y durante muchos siglos, transmitiendo la cultura, idiomas y costumbres populares de los pueblos en los que se celebraba, convirtiéndose así en una tradición popular (Rodríguez Santana, K. G., 2015).

Según Gutierrez S., E.J. & Cunin, E. (2006), durante estas fiestas el pueblo podía hacer lo que quisiera. No había leyes ni restricciones, por lo que las personas se dejaban llevar por el desorden civil y el desenfreno. Debido a los excesos, durante la historia se prohíbe varias veces el carnaval por miedo, tanto de la monarquía como de la Iglesia a perder el control y el poder sobre el pueblo.

Siguiendo con la información anterior (Rodríguez Santana, K. G., 2015), hacia el Siglo XII la Iglesia Católica participó en esta festividad. En Francia especialmente era costumbre que los sacerdotes eligieran a un nuevo obispo de entre los bufones, quien se sentaba con ostentación en el trono episcopal de la Iglesia. Después de esto, se realizaba una misa cantada en la que mujeres, hombres y clérigo incluido se disfrazaban con máscaras ridículas, cantaban y bailaban canciones burlescas.

Acerca de la etimología u origen de la palabra carnaval, se forja en Europa a finales del siglo XV. La palabra derivaba de un término italiano, *carnevale*, el cual, a su vez, derivaba de las palabras carne y *levare*, es decir, quitar. Estas hacían alusión a la Cuaresma, y por tanto, a la tradición de la religión Cristiana de ayunar durante los 46 días en los que Cristo ayunó en el desierto.

Por consiguiente y como podemos observar, existe cierta ambigüedad con respecto al origen del carnaval sabiendo que, por un lado, sus raíces se forman a partir de la religión cristiana y por el otro, sus antecedentes recorren la tradición popular y lo pagano.

Durante la Edad Media el carnaval consistía en una fiesta más trivial y popular, sin embargo, a partir del siglo XV y también con el Renacimiento comenzó a adquirir importancia y a propagarse por distintos lugares del mundo, convirtiéndose en algo más refinado. El primer carnaval que se extiende y se da a conocer por toda Europa es el de Venecia. A él acudían personas de todas partes, interesadas por las góndolas y las máscaras.

Roma, Florencia y Milán también se convirtieron en lugares de renombre, aunque después de Venecia destaca más el Carnaval de Francia, cuya fama se debía a la intervención de Enrique III. Este recorría las calles de París disfrazado con una máscara de brujo, tratando de gastar bromas a los transeúntes que paseaban por la ciudad echándoles agua.

En España, en el año 1637 se construye en el Retiro con motivo de carnaval, una gran plaza de madera con capacidad de albergar a miles de personas. Felipe IV es quién se encarga de mandarla a montar para realizar una gran fiesta carnavalesca durante tres días en los que la única regla es llevar puesta una careta para entrar. Carlos III introduce en 1767 los bailes de máscaras. Madrid, Sevilla, Valencia y Barcelona fueron las fiestas más celebradas en España.

En cuanto a las tradiciones de cada país, en Inglaterra se celebraba la fiesta en el interior de las casas, mientras que en España, Francia e Italia existía la costumbre de acabar el carnaval con el popular “entierro del carnaval”. La tradición consistía en enterrar un muñeco hecho de paja que representaba el carnaval, el cual había sido anteriormente paseado en coche por las calles y plazas de la ciudad.

Como dato a añadir, en América, los carnavales que adquirieron mayor fama fueron los de Buenos Aires, la Habana en México, Brasil y República Dominicana.

Según Gutierrez S., E.J. & Cunin, E. (2006), la historia del carnaval se nos presenta como un proceso unívoco que va en sintonía con la civilización occidental. El carnaval va progresando a la vez que lo hace la sociedad, pasando de ser una fiesta primitiva y salvaje, impregnado de magia y supersticiones; a algo más civilizado, que finalmente y hasta la actualidad, toma la forma de espectáculo y representación, consumido por un turismo de masa. Podemos decir, por lo tanto, que esta fiesta ha sido un eje crucial de modernidad y transformación social y económica.

3. HISTORIA DEL CARNAVAL DE NIZA

3.1. ORIGEN Y TRAYECTORIA

Tal y como afirma Rinaudo, C. (2006), los historiadores y folcloristas datan como mención más antigua del Carnaval de Niza el año 1294, cuando el rey Carlos II de Anjou decide viajar a Niza con motivo de pasar varios días disfrutando de las festividades. En esa época, las fiestas se desarrollan en las calles del centro histórico de la ciudad, donde vive la clase baja como los pescadores y los artesanos.

Durante la Edad Media, luego con el Renacimiento y hasta el siglo XVIII, el Carnaval de Niza consiste en un conjunto de espectáculos callejeros, bailes y otros tipos de entretenimiento. No obstante, es en este siglo cuando se da a conocer el Carnaval de Venecia y se extiende por toda Europa, lo que provoca la influencia del mismo en el Carnaval de Niza. Esto se traduce en un cambio en la festividad, se generalizan los bailes privados con máscaras y la fiesta se vuelve más mundana a la vez que presencia dos caras de la moneda: por un lado, se encuentran los bailes ostentosos y notables, mientras que, por el otro, se realizan banquetes campestres más concurridos. En el año 1830 Niza vuelve a cambiar para tomar la forma del gran desfile que conocemos hoy en día. Esta transformación se hace en honor a la llegada a Niza de Carlos Félix de Saboya, rey de Cerdeña.

Según Bora L. A. (2020), hacia el siglo XVIII, tiene lugar un auge en la construcción de grandes casas diseñadas para familias inglesas adineradas, que se ven atraídas por la ciudad. Esta inspiración inglesa ocasiona lo que se considera como la “nueva Niza”, es decir, la parte más nueva de la ciudad situada a la derecha del río Paillon. No obstante, al otro lado del río, en el lado izquierdo, se encuentra al mismo tiempo la “vieja ciudad”, con calles estrechas y edificios más antiguos. La nueva ciudad se ve traducida en avenidas amplias y plazas repletas de árboles por las que se realizaría el recorrido del carnaval, además de crearse y potenciar paulatinamente su reputación como destino de invierno.

El siglo XIV se encuentra marcado por varias anexiones en Francia, una de las cuales es la anexión de los territorios de “La Casa de Sabóia” es decir, Saboya; y Niza; las cuales pertenecen anteriormente al reino de Cerdeña.

La influencia italiana no desaparece a pesar de la anexión. Por un lado, el Carnaval de Niza absorbe la maquinaria italiana y por otro, se apropia de la tradición de los banquetes (proveniente del Carnaval de Venecia). Por lo tanto, como ya sabemos se produce en Niza una hibridación de distintas tradiciones, que se desarrolla gradualmente con el paso de los años.

Siguiendo con la afirmación de Bora L. A. (2020), tras un tiempo de pausa y debido a la crisis política y económica consecutiva a la guerra de 1870, el carnaval se reanuda en 1873. Ese año resulta ser una fecha crucial para Niza, la cual pasa a contar con uno de los carnavales más importantes de Europa y rival de Venecia. Esto se debe en gran parte a la creación del “Comité de fiestas”, un comité creado específicamente para la organización del carnaval que, durante las tres primeras semanas de inauguración organiza diversos bailes en el teatro, un baile de máscaras en la plaza del ayuntamiento (*Place Masséna*) y paseos a caballo, todo ello en la parte antigua de la ciudad. Durante su mandato en la organización del carnaval, el comité también financia el alumbrado público, lo que se convierte en una tradición para Niza durante los próximos años y hasta finales del siglo XX (Bora L. A., 2020).



Figura 3.1. Carnaval en la “Place Masséna” (finales del siglo XIX)

Fuente: <https://archives.nicecotedazur.org/fonds/150-ans-seulement-le-carnaval-de-nice/>

Ese mismo año (1873), un año repleto de acontecimiento e hitos importantes para el Carnaval de Niza, se crea también el personaje de “Su Majestad Carnaval”, la figura de un rey que es sucesor de otros 9 monarcas. A partir de ese momento, año tras año el carnaval se ha visto reflejado por una serie de personajes carnaavalescos y ha ido reforzando la imagen de la ciudad. En los años siguientes, se cristalizan las “Batallas de Flores”, un símbolo de ocio y civilización (Bora, L. A., 2020).

En relación a Su Majestad Carnaval, se trata de un personaje con un trasfondo de gran desarrollo personal:

Sa Majesté Carnaval était alors montée sur des chars de plus en plus imposants pour devenir un personnage géant, à l’image d’une ville en plein essor. Sa propre représentation a évolué du personnage gargantuesque malicieux et fêtard, habillé en tenue de paysan ou de pêcheur, vers celle d’un Roi-Soleil majestueux donnant une image « d’éclat et de lumière » plus flatteuse pour la ville et pour ses qualités touristiques. (Sidro, A., 1979)

De este modo, el Carnaval de Niza se convierte con los años en uno de los símbolos principales de la Costa Azul y un evento emblemático lleno de espectáculos, risas y diversión. Al mismo tiempo, la ciudad de Niza se torna en la ciudad que conocemos hoy en día, es decir, una ciudad cosmopolita y moderna que adapta sus fiestas a las nuevas exigencias del público (Bora, L. A., 2020).



Figura 3.2. Decreto municipal de Niza en 1873

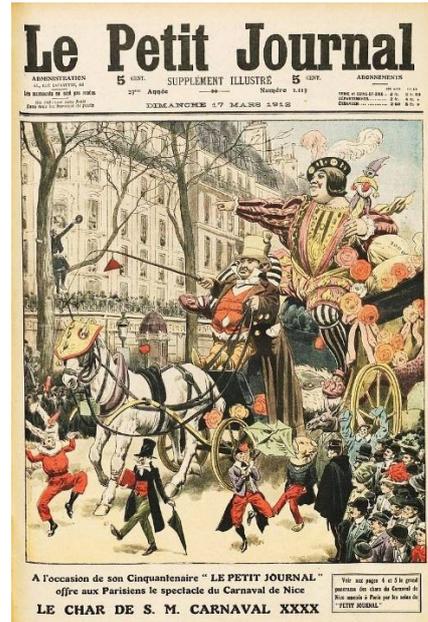


Figura 3.3. Periódico de 1912

Fuente figura 3.2.: <https://www.nicecarnaval.com/le-carnaval-de-nice/lhistoire-du-carnaval/les-origines/>

Fuente figura 3.3.: https://fr.wikipedia.org/wiki/Carnaval_de_Nice

3.2. ELEMENTOS FUNDAMENTALES DEL CARNAVAL

3.2.1. Eventos emblemáticos del carnaval

El Carnaval de Niza es un acontecimiento trascendental considerado el más importante en Francia y uno de los más significativos en el mundo. Miles de personas lo visitan año tras año, siendo un gran atractivo turístico y símbolo de la Costa Azul. El escenario tiene lugar principalmente en la Plaza Masséna, aunque el recorrido de las carrozas se lleva a cabo en las calles de la ciudad. De esta manera, a lo largo de 15 días que varían dependiendo del año, Niza se convierte en una ciudad llena de fiesta y alegría, favorecida por un clima suave, llena de músicos y bailarines, y carrozas con flores que anuncian la primavera (La Provenza y Costa Azul de Francia, 2024).

Ahora bien, el Carnaval de Niza está formado por múltiples eventos que se desarrollan durante esos 15 días y que cautivan a los espectadores a través de los diferentes espectáculos. A continuación, exploraremos los eventos más destacados que componen en su conjunto la esencia del carnaval.

- Desfile o “Curso carnavalesco”

Según la página Web « La Provenza y Costa Azul de Francia » (2024), Se trata de un gran desfile compuesto por 18 carrozas que se decoran siguiendo la temática elegida cada año. En este asombroso espectáculo callejero de luces y colores destacan una gran variedad de artistas y profesionales del mundo del baile, además de diversos grupos musicales que participan en el desfile. Por si fuera poco, las carrozas y demás artefactos son creados y llevados a cabo por auténticos artesanos de la ciudad, pertenecientes a un taller llamado *Maison du Carnaval*. Estas personas se dedican a trabajar durante meses, desarrollando y decorando las carrozas con un gran entusiasmo y dedicación. Todo ello tiene un único propósito: mostrar al público cómo es realmente el Carnaval de Niza, además de transmitir la creatividad y pasión de los habitantes de la ciudad.

Vale la pena mencionar que el “Curso carnavalesco” cuenta con algunos de los tanques más grandes del mundo, y que además de carrozas, baile y música, el desfile dispone de autómatas gigantes y cien cabezudos. El Carnaval de Niza es considerado como el tercero más grande del mundo después de Río de Janeiro y Venecia (Ville de Nice, 2024).



Figura 3.4. Desfile edición 2024

Fuente: <https://www.la-provenza.es/2014/02/16/el-carnaval-de-niza-2014.html>

- La Batalla de Flores

Originalmente la Batalla de Flores representaba un intercambio de flores que tenía como objetivo divertir a los turistas que visitaban la ciudad. No obstante, y con el paso del tiempo, se convirtió en un espectáculo más del carnaval para rendir homenaje al trabajo de los productores de flores locales. El desfile tiene lugar en el famoso “Paseo de los Ingleses” (*Promenade des Anglais*), y este recorre las calles de la ciudad llenándola de miles de flores que los carnavaleros lanzan al público. Como información adicional, la primera Batalla de Flores tuvo lugar en el año 1876 en el mismo paseo, a orillas del Mar Mediterráneo (La Provenza y Costa Azul de Francia, 2024).

En este gran evento se resalta la variedad y calidad de las flores, siendo en la actualidad un 80% de las flores utilizadas, producidas en la localidad de Niza. En total se distribuyen 250.000 tallos florales y 21 toneladas de mimosas, es decir, unas flores amarillas. Los disfraces de los carnavaleros son creados por diseñadores del mundo del espectáculo, y cada año se realiza un casting con candidatos jóvenes que deseen presentarse y que tengan talento para la danza o las artes circenses (en el documento añadido en el anexo 1 podremos ver información adicional sobre la elaboración de los disfraces). Además de todo lo anterior, la batalla se compone por cinco batallas florales, con carros rodeados de flores por todas partes y artistas como malabaristas, zancudos, etc. Todos ellos animando a la audiencia.



Figura 3.5. Carroza floral



Figura 3.6. Difraz carnavalero

Fuente 3.5.: <https://www.nicecarnaval.com/le-carnaval-de-nice/les-temps-forts/batailles-de-fleurs/>

Fuente 3.6.: <https://www.explorenicecotedazur.com/blog-voyage/nice/au-coeur-des-preparatifs-du-carnaval-de-nice/>

- “Corso” iluminado

Según La Provenza y Costa Azul de Francia (2024), se trata del tercer gran evento del carnaval y es un impresionante desfile repleto de luces brillantes y colores, que es llevado a cabo por la noche. Su recorrido comienza en la Plaza Masséna y tiene como finalidad recorrer el jardín Albert 1^o. Desde la plaza, los asistentes pueden observar en varias pantallas gigantes el desfile y las diferentes actuaciones retransmitidas en directo.



Figura 3.6. “Corso” iluminado

Fuente: <https://www.rivieraloisirs.com/es/events/carnaval-de-nice/>

3.2.2. Figuras icónicas

Al igual que en muchos otros carnavales, el Carnaval de Niza tiene como imagen múltiples figuras y personajes que expone durante sus desfiles. Algunos toman la forma de personajes relacionados con la monarquía, otros tienen forma de animales, y otros simplemente reflejan la temática del carnaval o incluso son una reproducción de personas de la vida real. En este trabajo podremos contemplar cuáles son los

personajes principales del carnaval y qué papel tiene cada uno, teniendo en cuenta que pueden variar dependiendo del tema específico de cada año:

- La familia Real

De acuerdo con Ville de Nice (2024), esta familia creada específicamente para el carnaval forma parte de la monarquía y se compone de tres personajes:

- El rey: También llamado “Su Majestad Carnaval” es creado en el año 1873 y su función comienza por anunciar al público la apertura de esta gran festividad, tomando las llaves de la ciudad. Desde este gran momento, el rey permanece todo el carnaval sentado en la Plaza Masséna, aunque también tiene su aparición encabezando el desfile.
- La reina: Aparece por primera vez en el año 1893, en segunda posición de la procesión detrás de “Su Majestad Carnaval”. Se casa con él en su 21 cumpleaños (Ville de Nice, 2024).
- Carnavalón: Es el hijo del rey y la reina, por lo que hablamos del heredero y sucesor al trono. Con este personaje se pretendía atraer a un público infantil con una especie de marketing que se tradujera en nostalgia y asombro, así llamaría la atención de las familias (Chabert, A., 2019).



Figura 3.7. “Su Majestad Carnaval” 2019

Fuente: https://es.frwiki.wiki/wiki/Carnaval_de_Nice

- La corte

Siguiendo con Ville de Nice (2024), se trata mayormente de súbditos del rey y otras figuras que representan la temática del carnaval. Se compone de dos tipos de personajes:

- Tanques: Son los súbditos del rey, que desfilan siempre detrás de la familia real, haciendo burla en forma de tono humorístico. Estas presentan una peculiaridad ya que, cada una de las carrozas representa un tema distinto de las demás, siempre vinculado a la temática del carnaval. De promedio miden alrededor de 12 metros de altura, y algunas de ellas representan caricaturas de políticos.
- Cabezudos: Son un grupo de esculturas con enormes cabezas que siguen a las carrozas y miden aproximadamente 2,5 metros de altura. Estas figuras

se dividen en grupos de “cabezudos” que representan cada uno una temática totalmente distinta. Su función es entretener al público y se manifiestan en forma de figuras políticas, personajes famosos, actores de los medios de comunicación, etc. No obstante, pueden tomar la forma de personas corrientes, habitantes de Niza y turistas (Ville de Nice, 2024).

- Bestiario de carnaval

Según Ville de Nice (2024), está constituido por diferentes figuras, habitualmente con forma de animales:

- El águila: Se trata del símbolo de la ciudad de Niza y lo podemos encontrar tanto en el escudo de la ciudad como en el de la mascota del equipo de fútbol.
- El dragón Babau: Es un dragón gigante que forma parte de la mitología carnavalesca. Mide aproximadamente 32 metros de largo y en el interior de su boca se encuentra una orquesta que toca durante el desfile.
- La ratapignata: Consiste en una figura que representa a la emperatriz del “mundo de las tinieblas”. Entre las carrozas más destacables podemos encontrar una que alberga 40 murciélagos en un antiguo castillo en ruinas que trata de ilustrar el “mundo de las fuerzas oscuras”.
- El gato raminagobis: Encarna al príncipe de los gatos, y se trata de “Su Majestad Carnaval”, que toma la forma de un animal.

- Las tropas

Según la información de Ville de Nice (2024), son tropas de todo el mundo conformadas por invitados de la familia real, grupos de música y de arte callejero que se dedican a cantar, bailar y realizar acrobacias, alegrando al público y compartiendo sus distintas culturas con la audiencia. Las principales comparsas invitadas son: Ret Boulet, tropas internacionales, bailarines brasíñelos y tropas italianas.

3.2.3. Temática del carnaval

De acuerdo con Chabert, A. (2019), cada año al finalizar el carnaval, el alcalde pronuncia un discurso de despedida, y es ahí, al llegar al final de este, cuando pronuncia unas palabras en relación con el tema elegido para el año siguiente. La elección de la temática en cuestión es competencia exclusiva del alcalde, y no se trata de una elección fácil sino todo lo contrario. El tema es ciertamente un acto político vinculado con la política municipal, sin embargo, también forma parte de una herramienta clave en la promoción y la imagen de la ciudad de Niza.

El tema pertenece al conjunto del carnaval desde la primera mitad del siglo XX y corresponde actualmente a un ritual muy importante tanto para los habitantes de Niza como para las personas que asisten a él año tras año. Para los carnavalescos, el anuncio del tema conforma una tradición y forma parte del ADN de esta gran festividad, por lo que, para ellos, es algo que no debe cesar. De igual manera, el tema constituye una referencia temporal, es decir, una forma de recordar un determinado carnaval al conservar en la memoria el nombre de este, una fecha o una carroza llamativa asociados a un tema en concreto. Todo esto se materializa en el cartel que se anuncia cada año, un elemento muy importante en la promoción del carnaval.

A continuación, podemos observar algunos de los carteles y temáticas del carnaval, que han experimentado una evolución a lo largo del tiempo:



Figura 3.8. “Rey del Género” (1933)

Fuente: <https://www.nicecarnaval.com/le-carnaval-de-nice/lhistoire-du-carnaval/affiches-et-themes/>

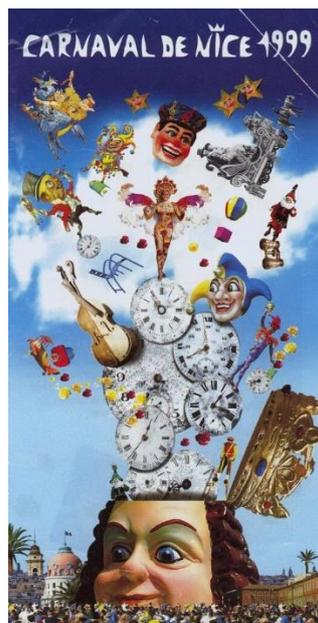


Figura 3.9. “Rey del siglo XX” (1999)

Fuente: <https://www.nicecarnaval.com/le-carnaval-de-nice/lhistoire-du-carnaval/affiches-et-themes/>

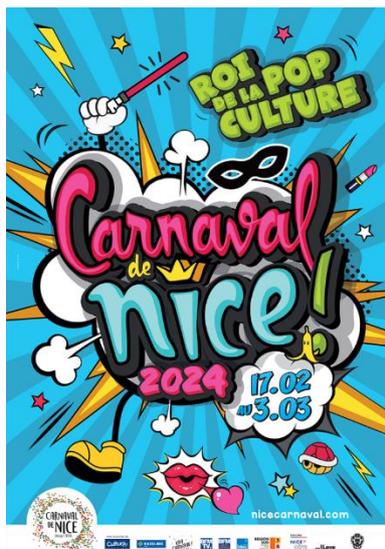


Figura 3.10. “Rey de la cultura pop” (2024)

Fuente: <https://www.nicescarnaval.com/le-carnaval-de-nice/lhistoire-du-carnaval/affiches-et-themes/>

Siguiendo con la información aportada por Chabert, A. (2019), con respecto a la institución municipal y a la ciudad en sí, la temática es una gran herramienta de marketing que permite fidelizar e inspirar al público. Transmite dinamismo, innovación y creatividad, y contribuye a promocionar la ciudad desde un punto de vista turístico. Es por ello precisamente, por lo que todos los años desde el ayuntamiento se esfuerzan por renovar el tema.

En el momento de la creación y desarrollo del tema, existen una serie de criterios a seguir. Por un lado, el tema debe ser nuevo, es decir, hay que tratar de no repetirlo con respecto a los años anteriores, habiendo un plazo de 20 años como margen. En caso de que el tema sea parecido a uno anterior, se debe reconectar con este e intentar realizar una continuación del mismo. Por otro lado, otro criterio que se debe cumplir es que la temática del carnaval debe reflejar siempre a la ciudad de Niza, y naturalmente, participar en el desarrollo de la ciudad como atractivo turístico.

3.2.4. El alcalde o relojero

Tal y como indica Chabert, A. (2019), el Carnaval de Niza está sujeto a la Oficina de Turismo, cuyo presidente es el alcalde de la ciudad. Además de esto, existe un director que se dedica también a la organización del evento y que es contratado por el mismo alcalde al inicio de su mandato.

El alcalde de Niza es una persona que tendrá durante todo el carnaval una gran importancia, no sólo por quién es sino por lo que representa y la función o papel que debe cumplir.

Siguiendo con Chabert, A. (2019), el alcalde tiene una función muy destacable en las fiestas que es la realización de los discursos. Aunque el alcalde realiza múltiples intervenciones durante el carnaval, los dos discursos que más sobresalen son el de apertura y el de despedida. Con motivo de inauguración del carnaval, cada año el alcalde pronuncia un discurso protocolario en el que se proclama el inicio de la época carnavalesca. Esto es realmente importante ya que las palabras a expresar estarán relacionadas con el fomento de la actividad turística en la ciudad y la promoción de esta como una ciudad cosmopolita, cultural y versátil.

Este discurso se desarrolla en medio de la multitud, en las gradas, rodeado de su familia y esposa, y alrededor de múltiples invitados de honor y personal político y con esto, el alcalde pretende demostrar una proximidad con el público y un acercamiento por su parte. Igualmente, lo que el alcalde procura con esta acción es lucirse y demostrar su implicación hacia el carnaval. Es destacable el hecho de que es muy habitual que el alcalde utilice la palabra “proclamar” en el proceso de su discurso. Chabert, A. (2019) pone el ejemplo de uno de los discursos del alcalde: (“¡Proclamo abierto el carnaval!”). El hecho de tener la oportunidad de saludar a los habitantes de Niza y mostrarse como alguien amigable y cercano es algo significativo a pesar de parecer irrelevante ante los ojos del público.

La práctica de estos discursos se reafirma al mismo tiempo como un acto político frente a los anteriores alcaldes y como forma de diferenciación, ya que cada uno los enfoca de diferente manera.

Por el contrario, el discurso de despedida se celebra como acto de perpetuación y cierre del ciclo carnavalesco, siendo el alcalde quién guía a “Su Majestad Carnaval” hacia su muerte, acompañándolo en sus últimos momentos. Así, el alcalde se convierte, junto al rey en una de las dos figuras más relevantes de todo el carnaval. Este cierra un ciclo a la vez que abre otro, es decir, en el trascurso de su charla final, anuncia la muerte del rey y también proclama la continuación de la fiesta mediante la revelación de la nueva temática elegida para el año siguiente. Por tanto, podemos decir que el alcalde es quien perpetua el renacimiento del futuro carnaval y personifica un vínculo entre el pasado y el futuro.

4. CARNAVAL DE NIZA Y TURISMO

4.1. PARTICIPACIÓN PROGRESIVA DEL TURISMO

Tal y como afirma Bora, L. A. (2020), los primeros turistas llegan a Niza en el siglo XVIII cuando las familias inglesas adineradas se ven atraídas por la ciudad y comienzan a construirse múltiples casas con vistas al mar. Es por esto, que la avenida que rodea las playas acoge el nombre de *Promenade des Anglais* o “Paseo de los ingleses”, y a partir de este momento, se comienza a llamar a esta parte de la ciudad “la nueva Niza”. Como ya se ha visto en apartados anteriores, Niza se divide en dos grandes partes, la “vieja Niza” situada a la izquierda de la ciudad y la “nueva Niza”, en la parte derecha de esta.

Con el paso del tiempo, Niza comienza a tener aspecto y reputación de ciudad invernal, atrayendo a un primer turismo de masa. Este se comienza a consolidar en 1860, cuando las cadenas hoteleras e infraestructuras urbanas se encuentran en auge. En 1882 se da paso a una era moderna del Carnaval de Niza mientras la ciudad se llena de turismo y de vida, mayoritariamente en los casinos.

A comienzos del siglo XX el Carnaval de Niza entra en un ranking de “celebraciones de carnaval más importantes del mundo” (Ferreira, 2005).



Figura 4.1. “Promenade des Anglais” hacia el año 1900

Fuente: <https://www.lefigaro.fr/actualite-france/2016/07/15/01016-20160715ARTFIG00108-en-images-la-promenade-des-anglais-un-symbole-touristique-depuis-la-belle-epoque.php>

Teniendo en cuenta que en el año 1873 se crea el famoso “Comité de fiestas”, posteriormente el año 1932 se considera un año significativo ya que el ayuntamiento, junto con la colaboración del “Club de Turismo” crea un “Comité ejecutivo de fiestas”. A raíz de esto, el Carnaval de Niza se convierte en ejemplo para otros carnavales. En Río de Janeiro, por ejemplo, el carnaval comienza a contar con “Baños de mar” y “Batallas de flores y confeti en Copacabana”, idea que refleja al Carnaval de Niza. Aquello resultó ser muy exitoso (Bora, L. A., 2020).

En 1939 el comité decide eliminar algunos de los atributos de la ciudad de Niza relacionados con “Su Majestad Carnaval”, hecho que se vuelve muy controversial en aquella época. Esta circunstancia se encontraba estrechamente relacionada con el turismo de Niza, ya que se consideraba que mostrar aspectos demasiado locales para los extranjeros, podría parecer chocante para ellos. Esto a su vez podría significar la

falta de entendimiento y a su vez un mayor desinterés por el carnaval. Por ello, se consideró necesario presentar una versión más internacional y a la vez atractiva para el turista. Así es como gradualmente desaparece la dimensión local del carnaval que da paso a una era moderna en la que Niza se convierte en capital turística de la Costa Azul (Rinaudo, C, 2006).

De esta forma, la ciudad de Niza se acoge a una forma de modernización y democratización del turismo, teniendo que adaptarse a las nuevas necesidades del público. Durante los años 1950-1960, Niza recibía a más de 500.000 turistas al año, no obstante, no fue siempre así, ya que el carnaval fue considerado durante muchos años como un espectáculo para personas jubiladas. No es hasta los años 30, gracias a las "Batallas de flores", cuando una audiencia más amplia y variada se ve cautivada por la temporada de invierno.

En tiempos recientes, se concede a la Oficina de Turismo de Niza la organización del evento, lo que revela el impacto turístico que este tiene y el desarrollo económico de la ciudad centrada en una industria dedicada específicamente al turismo y el ocio. Esto se cristaliza en una renovación de la ciudad, en la introducción de patrocinadores privados para las fiestas, la implementación de "sitios VIP" dedicados a los invitados especiales y nuevas formas de conseguir una gran inversión para esta época del año.

En el año 2000 se actualiza el carnaval con el rejuvenecimiento del público que, años atrás consistía en una audiencia más adulta y que ahora, tras los últimos acontecimientos ocurridos se traduciría en una clientela más joven. El carnaval trata temas como "Las nuevas tecnologías", otra de las múltiples formas de romper con los temas tradicionales y con lo antiguo y, atraer a la juventud (Rinaudo, C., 2006).

4.2. ADAPTACIÓN DE LAS FIESTAS A LA MODERNIDAD

La ciudad de Niza se puede considerar como una ciudad pionera en el desarrollo del marketing turístico y un elemento relevante con relación al mismo, atrayendo desde muchos años atrás no solo a personas importantes de la aristocracia y del Norte de Europa, sino del mundo entero.

Podemos decir que Niza ha evolucionado en un contexto de revalorización del mismo territorio, destacando por encima de las demás poblaciones de la Costa Azul y creciendo de manera simultánea a la vez que lo hacía el turismo. De esta forma, se puede resaltar la parte dinámica que ha sufrido este proceso de revalorización de la ciudad, y el hecho de que el fenómeno del Carnaval de Niza se ha expandido muy lentamente, pero de forma eficaz (Pestereva-Fetnan, A. & Idjéraoui-Ravez, L., 2020).

4.2.1. Nuevas tendencias: Redes sociales y Queernaival

Hoy en día nos encontramos en una sociedad en la que los medios de comunicación y las redes sociales se han vuelto parte de nuestro día a día y han cambiado nuestra forma de ver la vida. Esto nos afecta en muchos aspectos, incluyendo también a nuestras tradiciones y fiestas, las cuales van cambiando y adaptándose a las nuevas generaciones. A continuación, exploraremos qué función tienen en la actualidad las redes sociales en el caso del Carnaval de Niza, además de una nueva tendencia que viene arrasando en este sector y que altera la forma tradicional de hacer el carnaval.

De acuerdo con Chabert, A. (2019), es interesante observar la organización de las redes sociales del carnaval, ya que estas habitualmente muestran actos políticos como la vida del alcalde o diferentes actividades diplomáticas que este realiza con otros países.

Con respecto al Carnaval de Niza, Facebook es la red social que más se utiliza para dar difusión a la fiesta. Páginas como la cuenta oficial del Carnaval de Niza

(<https://www.facebook.com/NiceCarnaval/>), son actualizadas constantemente por los colaboradores del alcalde, que tratan de animar al público a través de fotografías y novedades relacionadas continuamente con el carnaval. Algunos ejemplos de contenido que se puede observar en dicha cuenta son: fotografías del alcalde en el desfile, participando en la fiesta junto con algunos colaboradores o también imágenes de algunos de sus invitados de honor y personajes públicos que asisten a las fiestas con el objetivo de promocionar el evento. Así, las redes sociales ofrecen una visión general de la estrategia política que sigue la ciudad de Niza, y más concretamente de la imagen de su representante, es decir, del alcalde.

Esta cuenta mencionada anteriormente es seguida diariamente por muchas personas, concretamente tiene 60.0000 seguidores a fecha de hoy, por lo que sirve como una gran herramienta de marketing y de acercamiento hacia su audiencia. El carnaval se convierte de esta forma en una oportunidad para el alcalde de hablar de su vida personal, dejándose ver como una persona feliz y cariñosa.

Siguiendo lo planteado por Chabert, A. (2019), otra de las funciones de las redes sociales es publicitar el carnaval y atraer al mayor número de turistas posible. Para ello, existen también ofertas comerciales a modo de concursos en los que los ganadores obtienen de forma completamente gratuita un viaje con estancia en Niza en época de carnaval. Con ello, se pretende no solo ampliar la clientela, sino también captar a un público más joven que se mueve por redes sociales y que se ve atraído por este tipo de publicidad.



Figura 4.2. Página web de Facebook del Carnaval de Niza

Fuente: Captura de pantalla propia de la página de Facebook del Carnaval de Niza

Además de esta forma de marketing, el Carnaval de Niza cuenta con un sitio web (<https://www.nicecarnaval.com/>) traducido a múltiples idiomas en el que las personas que lo deseen tendrán acceso a toda la información relacionada con el evento. De esta forma, se ha comprobado que hay un mayor avivamiento de la venta de entradas online, un tipo de venta que en la actualidad se encuentra en auge en todo el mundo, debido al avance de las nuevas tecnologías y a la proliferación de Internet.

Dejando atrás la materia relacionada con las redes sociales, nos adentramos en una nueva forma de movilización del carnaval: El Queernaval.

Tiene lugar por primera vez en el Programa Oficial del Carnaval de Niza del año 2015, por lo que estamos hablando de algo relativamente reciente. Propuesto por actores de la comunidad gay de Niza a la Oficina de Turismo, la idea inicial era crear un carnaval gay símbolo de renovación festiva, que serviría para promocionar un turismo gay y como

integración del mismo en la política municipal. Este nuevo concepto de carnaval tuvo tal éxito que se ha seguido celebrando desde 2015.

También llamado “Lou Queernaval”, este innovador acontecimiento trata de reinventar un rito popular, y sirve de herramienta para la visibilización de minorías en los espacios urbanos, en este caso, la comunidad LGBTQIA+. Esta forma de movilización y de movimiento de los derechos civiles se esfuerza por “darle una voz” a la comunidad y fomentar un diálogo y respeto hacia ella y entre la población.

De esta forma, el evento “Lou Queernaval” se celebra al igual que los demás desfiles en el centro de la ciudad, en la Plaza Masséna, de forma gratuita y siempre por la noche, acogiendo a músicos y bailarines que animan a la audiencia y festejan la inclusión y la convivencia (Chabert, A., 2019).



Figura 4.3. “Lou Queernaval”

Fuente: <https://www.nicecarnaval.com/en/events/lou-queernaval/>

4.2.2. Atentado de 2016 y su impacto en el carnaval

El 14 de julio de 2016 se produce en Niza un atentado terrorista protagonizado por Mohamed Lahouaiej-Bouhlel, ciudadano francés nacido en Túnez, que junto a una red de personas de cómplices, llevaron a cabo el ataque. Este se produjo en el “Paseo de los ingleses” el “Día de la fiesta Nacional de Francia”, una fecha importante para los franceses que conmemora la Toma de la Bastilla de 1789, y día festivo en el que muchos de ellos observaban los fuegos artificiales. El atentado se llevó la vida de 86 personas e hirió a más de 300.

El ataque del Día de la Bastilla fue un ataque poco sofisticado en el que se utilizó un camión y varias armas de fuego. Sin embargo, significó para los terroristas una gran oportunidad para poner en duda la eficacia de los cuerpos de seguridad del gobierno tras los ataques en París de 2015 (Carroll, J. & Collingburn, A., 2016).

El Carnaval de Niza 2017 se celebró tan solo seis meses después del atentado. Durante este carnaval, el sistema de seguridad cambió radicalmente en base a los acontecimientos ocurridos el 14 de julio. Esto significó desplegar las fuerzas de seguridad de forma que se garantizara un satisfactorio desarrollo del evento, reduciendo a su vez algunos de los corsis o desfiles y cancelando ciertas actividades llevadas a cabo todos los años (Chabert, A., 2019).

En cuanto al cambio de recorrido del carnaval fue el siguiente: desde el siglo XIX, los desfiles comenzaban en la Plaza Masséna y se dirigían hasta el famoso Paseo de los ingleses, sin embargo, ese año, el itinerario cambió. Comenzó por primera vez con una celebración de todos los eventos concentrados en las afueras de la plaza, omitiendo el recorrido tradicional por el Paseo de los Ingleses. Todo se realizó bajo la estricta

vigilancia de 200 agentes para registrar a los participantes, rodeados de algunos agentes armados. Además de esto, se construyó un muro alrededor y se prohibió el consumo de alcohol y la entrada de objetos como máscaras y adornos que sugirieran el tema de la guerra. De manera evidente, esto generó colas y retrasos, aparte de múltiples quejas por parte de los espectadores. Celebraciones como el “Queernaval” no fueron llevadas adelante ese año (Bora, L. A., 2020).

Dadas las circunstancias y como menciona Chabert, A. (2019), ese año (2017) el alcalde pronunció un discurso muy emotivo, lleno de referencias con relación al atentado y de frases conmovedoras con motivo de dar ánimos y fuerza a todos los espectadores. Algunas de las frases más destacadas y repetidas durante todo el discurso fueron: “Estamos en pie”, recordando cosas como “las pruebas que hemos vivido”. A pesar de todo lo vivido en Niza, el alcalde quiso subrayar que la ciudad había resistido y así poner énfasis a su vez en la grandeza de Niza, finalizando con un homenaje a las fuerzas de seguridad.

Este discurso se convierte a partir de ese momento en un emblema para la posteridad, sirviendo de ejemplo para los años siguientes, en los que el carnaval se convierte en un símbolo de libertad y expresión, y de resistencia contra el terrorismo. Al mismo tiempo, todo lo vivido le sirve a la ciudad de Niza como aprendizaje, aumentando así los medios y sistemas de seguridad para los próximos años, y siendo vigentes en la actualidad.

Volviendo a lo expuesto por Bora, L. A. (2020), al final del discurso de clausura del carnaval 2017, el Programa Oficial del Carnaval 2018 anunció que al año siguiente, el desfile al completo (la Batalla de Flores, el “Corso” carnavalesco y el desfile iluminado) seguiría su recorrido habitual al de cada año, no obstante, el evento permanecería cerrado por los muros. Del mismo modo se repitió en 2019 y posteriormente en 2020, cuando el COVID-19 y la pandemia expandieron el miedo a toda la población, lo que provocó la cancelación del evento en el año 2021.

Se puede decir que el Carnaval de Niza 2017 cambió la definición y estructura festiva de la ciudad tal y como se conocía anteriormente.



Figura 4.4. Mapa del nuevo recorrido oficial 2017

Fuente: <https://costazuldigital.com/evento/carnaval-niza-2017/>

4.3. IDIOSINCRACIA DE LOS HABITANTES DE NIZA FRENTE AL TURISMO DE MASAS

Es adecuado afirmar que el Carnaval de Niza se encuentra sujeto a una “doble limitación” (Pestereva-Fetnan, A. & Idjéraoui-Ravez, L., 2020). Esto quiere decir que una de sus funciones principales es satisfacer las necesidades tanto de la población local, como de los visitantes extranjeros que deciden viajar a la ciudad. Debido a esto, existe desde hace décadas una tensión perceptible entre los habitantes de Niza, que se ven afectados por la gran ola de turismo que concierne a la ciudad, cada año en la época de carnaval. Así, la opinión y las críticas de los habitantes locales se manifiestan constantemente, percibiendo el carnaval como un evento mercantilizado dispuesto a someterse a la industria turística (Pestereva-Fetnan, A. & Idjéraoui-Ravez, L., 2020).

En consecuencia, los encargados de la organización del carnaval se encuentran sometidos, año tras año a una contradicción: por un lado, deben reflejar en el carnaval la cultura de Niza y, por tanto, de la población local, mientras que, por otro, un evento de gran importancia como este, debe mostrar al público una imagen más turística, sirviendo de espectáculo para los visitantes extranjeros. En otras palabras, el carnaval debe tener una parte de autenticidad y mostrar al mundo como es Niza realmente, mientras que, al mismo tiempo, debería dar una buena impresión de cara al turismo.

Como ejemplo de la distinguida pérdida de identidad que los habitantes del pueblo tanto denuncian, según Rinaudo, C. (2005), nos encontramos con el carnaval celebrado el año 2000, un carnaval marcado por la crítica. Desde el año 1923 en Niza, se ha llevado a cabo año tras año la fabricación de carrozas por parte de empresas locales artesanales. Estos artesanos han transmitido de generación en generación todos sus conocimientos, pasando de padres a hijos por mucho tiempo. Durante la edición del año 2000, los organizadores del evento trataron de renovar esa tradición mediante la realización de un estilo diferente, contratando así a Sergueï Novikov, un diseñador parisino con un estilo distintivo que rompe con el decorado y el estilo de Niza.

A raíz de esto, periodistas e incluso historiadores comenzaron a criticar la pérdida de autenticidad del carnaval, impulsada por una dinámica de modernización que pretende atraer la atención del turismo, y que rompe con las tradiciones de la ciudad. Tal fue la crítica, que acabó viéndose implicado el alcalde, obligado a defenderse de los medios de comunicación y teniendo que anunciar bajo presión mediática que el año siguiente (2001) todo volvería a su lugar habitual.

En breves palabras, según Pestereva-Fetnan, A. & Idjéraoui-Ravez, L. (2020), el turismo ha tenido un gran impacto no solo en el Carnaval de Niza sino en la misma ciudad y sus habitantes, dándole a esta su propia “identidad turística”.

A principios de los años 90 y de acuerdo con Rinaudo, C. (2006), tras una perceptible tensión en la ciudad debida a la organización de un evento volcado en el turismo, los habitantes locales deciden crear los llamados carnavales “independientes”. Estos carnavales, cuya iniciativa nació de artistas, músicos y pintores, se llevaron a cabo al margen de la fiesta oficial, en los barrios locales.

Todo comenzó cuando un grupo llamado “Nux Vomica” empezó a construir y utilizar camiones con plataformas sonorizadas en los que músicos y cantantes improvisaban. Más tarde, otro grupo llamado “Zou Mai” incluyó lo que se conoce como una “batucada” para alegrar el ambiente festivo y tratar de captar a la juventud estudiantil de la ciudad. Muchos actores se comprometieron con esta nueva festividad local, en la que afirmaron que tenían el apoyo y participación de la comunidad de ciudadanos. Con estas manifestaciones se basaban en una ideología de la autenticidad que le faltaba al Carnaval de Niza Oficial. Estas fueron poco a poco atrayendo a más público hasta ser frecuentadas por una audiencia más numerosa y que finalmente acabó llamando la atención de los medios de comunicación, convirtiéndose a su vez en una tradición local.

Un dato relevante es la creación de símbolos alternativos al Carnaval Oficial, lo que generó una “guerra de símbolos” que ya había tenido lugar años atrás, en 1875. La invención de un símbolo para los carnavales “independientes” significó un acontecimiento de gran relevancia ya que formaba parte de una rebelión contra una sociedad cosmopolita. Este contexto tomó forma en una carroza en el desfile de carnaval: las “Ratapignatas”, una carroza de murciélagos que representaba a los ciudadanos de Niza y su desprecio hacia los extranjeros, que se habían apropiado de la ciudad y asimismo del carnaval. Aunque la rebelión fue controlada rápidamente, los carnavales “independientes” se celebran cada año desde entonces y la “Ratapignata” o murciélagos sigue desfilando por las calles de Niza.

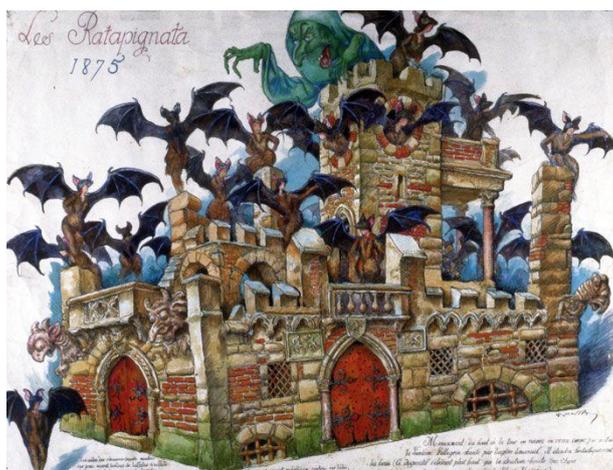


Figura 4.5. Representación de la Ratapignata realizada en 1875

Fuente: <http://mbgc.over-blog.com/2016/12/carnaval.la-ratapignata.html>

4.4. POTENCIAL TURÍSTICO DEL CARNAVAL DE NIZA Y SU IMPACTO EN EL TURISMO ESPAÑOL

Como hemos podido observar a lo largo de este trabajo, el Carnaval de Niza es un evento de gran impacto turístico y símbolo de la Costa Azul, rivalizando con los carnavales más famosos del mundo. Esta festividad celebrada a lo largo de muchos años ha conseguido atraer a un número creciente de visitantes de todo el mundo, lo que se traduce naturalmente en un notable impacto en la zona y en la llegada masiva de turistas, generando un flujo constante de ingresos que reavivan el crecimiento económico de la ciudad.

Según el balance económico de esta edición 2024, el carnaval ha generado importantes beneficios para la ciudad, aproximándose a los 35 millones de euros. Ha demostrado así su papel como motor de desarrollo económico, impulsando la hostelería y el comercio con una asistencia récord de 230.000 visitantes (Acaldi, H., 2024).

Asimismo, el Carnaval de Niza posee un gran potencial turístico, cautivando al extranjero a través de su atmósfera festiva, un increíble espectáculo visual y una experiencia única. En este contexto, el turista español no se queda atrás, especialmente debido a su proximidad con Francia y a su vez con Niza, un hecho que evidentemente influye en el patrón de viaje de los españoles. Tras la pandemia, según Pérez, J. R. (2022), los españoles se decantan mayoritariamente por países cercanos geográficamente. Además, Francia ha sido durante años el primer destino elegido por el turista español para ir de vacaciones excepto en el año 2020 debido a la crisis surgida a raíz del COVID-19 (Instituto Nacional de Estadística, 2024).

	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016
Francia	3.122.919	3.265.248	1.432.012	882.256	3.336.207	3.092.365	3.234.843	2.847.597
Italia	2.238.212	1.834.521	865.975	357.968	2.151.598	2.082.473	1.508.269	1.712.486
Portugal	2.962.891	2.162.721	1.222.236	947.133	2.783.677	2.702.895	2.488.810	1.968.122
Reino Unido	1.201.303	1.205.388	233.951	370.915	1.686.444	1.668.772	1.590.180	1.494.391
África	1.947.072	1.165.028	331.048	238.639	1.416.967	1.433.060	1.351.331	1.101.485
América	1.625.396	1.679.498	572.520	422.999	1.462.748	1.521.319	1.357.471	1.571.968
Resto del Mundo	990.952	516.110	138.749	166.763	669.588	793.362	628.343	580.621

Figura 4.6. Destinos más visitados por el turista español

Fuente: captura de pantalla propia de la página web del INE (<https://www.ine.es>)

De acuerdo con Civitatis, una plataforma de intermediación turística española, el Carnaval de Niza se halla entre los cinco carnavales más importantes de Europa. Entre estos eventos se encuentran: Cádiz, Santa Cruz de Tenerife, Niza, Colonia y Venecia. Según los datos recopilados por esta empresa, los españoles viajarían este 2024 un 130,58% más que en 2023 con motivo de asistir al carnaval, convirtiéndose entre estos cinco destinos mencionados, en el que más afluencia acoge en cuanto a turismo español (Joly Digital, S.L., 2024).

Como podremos ver a continuación, gracias al Carnaval de Niza, no sólo Niza sino también la Costa Azul, se convierten durante la época de carnaval en un lugar de gran afluencia turística y foco de promoción.

4.4.1. El Carnaval de Niza y su legado cultural

Contando con más de 150 años de historia y un gran potencial, el Carnaval de Niza se plantea su reconocimiento como arte y patrimonio debido a la gran trascendencia que presenta. Según Pestereva-Fetnan, A. & Idjéraoui-Ravez, L. (2020), el proyecto se encuentra en sus primeras fases de desarrollo, y aunque lleva en curso desde hace mucho tiempo, destaca la fecha del 14 de enero de 2018, en la que el ayuntamiento anuncia a través del periódico local la reanudación de esta gestión.

Con esta patrimonialización del Carnaval de Niza se aspira al reconocimiento de dos elementos principales: en primer lugar, el arte carnavalero o los “carnavaleros”, fenómeno conocido como “artificación”, es decir: “Un processus de transformation du non-art en art, résultat d’un travail complexe qui engendre un changement de définition et de statut des personnes, des objets, des activités” (Heinich & Shapiro, 2012).

Este conocimiento artesanal llevado a cabo por los carnavaleros se pretende incluir en la lista de Inventario Nacional como Patrimonio Cultural Inmaterial, un concepto muy reciente creado en 2003 por la UNESCO². En segundo lugar, se anhela el reconocimiento de una nueva “Casa del Carnaval”, un museo del Carnaval de Niza que implicaría un centro de exposición, documentación y formación de los carnavaleros (en el documento añadido en el anexo 2 podremos ver más información acerca del museo del carnaval).

Desde hace años ya, muchas personas en Niza desean que se cumpla la patrimonialización del carnaval. Tanto es así que personas como Annie Sidro,

² Se entiende por “patrimonio cultural inmaterial”, los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural.

especialista en el Carnaval de Niza y cuya ayuda ha sido esencial en este trabajo, contribuyó a este proceso en múltiples ocasiones. Algunos ejemplos de ello son en el año 1980, cuando dedicó su tesis doctoral en historia psicosocial al Carnaval de Niza o cuando creó una asociación llamada “*Carnavals sans Frontières*” que resaltaba la importancia del Carnaval de Niza y de los carnavales en general de todo el mundo.

Igualmente, podemos enfatizar el apoyo brindado por la UNESCO a favor de la creación de un Instituto Internacional del Carnaval en Niza, cuyas palabras al respecto han sido:

Nous pensons sincèrement qu'une grande ville comme Nice dont le carnaval est réputé dans le monde entier serait le lieu propice pour se doter d'un institut international sur les carnavals et les festivals du monde. Ce centre pourrait devenir un lieu réputé de recherche et de formation sur le carnaval et constituer un réseau des carnavals du monde (Gobeil, 1996).

Por otro lado, la acción de la patrimonialización no solo afecta a la hora de preservar la cultura y tradición, sino que es una gran oportunidad para la ciudad de Niza para promocionar este evento a nivel nacional e internacional y así aumentar su visibilidad. La difusión del Carnaval de Niza como patrimonio cultural puede hacer que una mayor cantidad de personas deseen conocer este evento tan destacado, llamando también la atención de los medios de comunicación y contribuyendo a la creación de empleo en la ciudad.

En este mismo contexto, a pesar de que la patrimonialización del carnaval puede generar un mejor desarrollo económico de la ciudad de Niza y atraer a un gran número de visitantes, también se deberán plantear ciertos desafíos en cuanto a una gestión sostenible del turismo. Para evitar la saturación de la oferta turística y garantizar la conservación de la identidad cultural, Niza se enfrenta a un gran reto: la promoción de un turismo responsable.

Como se expresa en ESP_DP_Nice_Ville_Verte, s. f. (2017), Niza trata con mucho esfuerzo el desarrollo sostenible de la ciudad. Para ello, se han implementado diversas políticas y prácticas turísticas que respetan el medio ambiente, haciendo énfasis en dispositivos ecológicos como la vegetalización de los tejados que facilita la adaptación al cambio climático o el plan “Eco-Phyto”, que prohíbe el uso de pesticidas en los jardines y otras zonas de Niza. De la misma manera, la ciudad se ha decidido por eliminar los gases de efecto invernadero, promoviendo el uso del transporte público y la posibilidad de descubrir Niza a través del servicio de bicicletas que ofrece a lo largo del municipio.

Centrándonos más en el turismo y la repercusión que tienen las prácticas sostenibles sobre este, uno de los objetivos a lograr es transformar el aeropuerto y construir edificios más ecológicos, considerando la comodidad y el confort de los usuarios. En cuanto a los hoteles, las personas que visitan Niza se encontrarán con alojamientos que disponen de la Ecoetiqueta Europea y que están equipados con equipos que siguen criterios ecológicos específicos. Además de todo lo anterior, la ciudad realiza una campaña para la conservación del litoral y fue escogida como una de las primeras comunidades francesas para recibir los contenedores inteligentes Linky.

Según Meffre, N. (2024), la ciudad tiene varios objetivos prioritarios a alcanzar para este año 2024, todos relacionados con hacer de Niza un lugar más sostenible. En primer lugar, se propone “desestacionalizar el turismo”, es decir, repartir el turismo existente en la temporada de verano para que esté más equilibrado en las demás estaciones del año. En segundo lugar, se proyecta la renovación por parte de la OMT del proyecto “*Objetif*

*Clef Verte*³ como respaldo hacia una transición sostenible a través del recibimiento del sello en ciertos establecimientos. Igualmente se ha diseñado una nueva etiqueta, llamada “Hoteles Históricos de Niza” para poner en valor patrimonial los hoteles más antiguos. Por último, hacer mención al centro de “observación y estudios” que proveerá abundantes informes relacionados con las tendencias locales más novedosas.

Mirando de cara al futuro y volviendo a lo mismo, el tema elegido para la edición 2025 es “Rey de los Océanos”, lo que coloca al Carnaval de Niza como una celebración que tiene ante todo presentes los asuntos medioambientales que conciernen al mundo entero (Team Nice Côte d’Azur, 2024).

Niza como ciudad que forma parte de la Costa Azul, está totalmente comprometida con el turismo sostenible y el respeto hacia el medio ambiente. En la actualidad, dedica todo su esfuerzo a instaurar este tipo de políticas en todas las áreas de la ciudad y trata de transmitir a las personas que la visitan su encanto y, sobre todo, su pasión por la cultura y el carnaval.

4.4.2. Turismo de invierno como principal atractivo turístico

De acuerdo con Chabert, A. (2019), el Carnaval de Niza es un evento situado dentro de la temporada festiva de invierno. Este a su vez se ajusta al marco festivo en el que se ve envuelta la Costa Azul, una región que ofrece múltiples atracciones turísticas. El carnaval ha contado históricamente con un calendario específico de la época de invierno, un periodo en el que los destinos considerados de balneario decaen de forma habitual. En Niza, sin embargo, ocurre lo contrario, ya que cumple con una función clave con respecto a la economía y turismo de la ciudad, atrayendo a una cantidad importante de turistas en estas fechas.

Como ejemplos de fiestas que se celebran al mismo tiempo que el Carnaval de Niza, la Costa Azul cuenta con la fiesta del limón de Mentón o la fiesta de la mimosa en Mandelieu. Estas festividades muestran así la rivalidad entre los pueblos y ciudades de la Riviera, cada una de las cuales se identifica con una tradición distinta y un emblema en particular. El hecho de que se celebren tantas festividades distintas a la misma vez es algo que afecta positivamente tanto a la Costa Azul como a Niza, generando diversificación y un efecto de atracción del turista.

Además de celebrarse en época de invierno, el carnaval se sintoniza con el calendario escolar ya que en esta época del año tienen lugar las vacaciones de invierno. Esta estrategia está pensada para atraer a muchas de las familias que viven en Francia y que pretenden viajar con niños. Asimismo, el evento tiene como costumbre celebrar su apertura el viernes por la noche, pudiendo disfrutar de la celebración las familias y los jóvenes que se encuentran de vacaciones o de fin de semana. Por consiguiente, el carnaval cuenta con dos ventajas claras: en primer lugar, cambia por completo el significado atribuido a las estaciones balnearias que convierte a Niza en una ciudad llena de vida en invierno, y en segundo lugar, respalda un turismo nacional tradicional compuesto por estudiantes y familias.

Siguiendo con la información aportada por Chabert, A. (2019), en cuanto a la diversidad de celebraciones organizadas en la Costa Azul, no sólo nos encontramos con festividades de invierno. En Aix-en-Provence, el carnaval se celebra en primavera, normalmente a mediados de abril, e incluso hay algunos ayuntamientos que deciden organizar su carnaval en verano. Un ejemplo de ello es el carnaval de La Grande Motte, celebrado a finales de agosto, coincidiendo con el inicio del curso escolar. Cada región

³ “Objetif clef Verte” es un programa de apoyo oficial lanzado por la OMT (la Oficina Metropolitana de Turismo) a la denominada “Clef Verte”(primera etiqueta ecológica para establecimientos turísticos en Francia), destinado a proveedores de alojamiento y restauración de la metrópoli Niza Costa Azul.

y cada ayuntamiento celebra sus fiestas de forma estratégica, respondiendo a la necesidad del turista e intentando captar al mayor número de personas posible. Por lo tanto, que haya fiestas que se celebren en otras temporadas del año facilita al Carnaval de Niza su especificidad, que se aleja de su competencia al enfocarse en la temporada de invierno.

Para los organizadores del evento, el carnaval siempre será visto como un producto más que se debe comercializar y promocionar. De esta forma, podemos observarlo en el famoso discurso de inauguración del alcalde, en el que todos los años pronuncia frases como: “¡Que tengas una buena estancia en Niza!”. Esto realza el tono turístico que se le asigna al evento y demuestra que, para el ayuntamiento, los visitantes extranjeros son una parte esencial del carnaval.

En resumen, el Carnaval de Niza es un evento de tal importancia para la Costa Azul que, sin él y el turismo que acarrea, la ciudad de Niza se vería afectada por una importante caída de las empresas, concretamente la restauración y la hostelería, lo que provocaría un grave desequilibrio en la economía de esta. Como cabe esperar, las empresas del sector hotelero utilizan esta ventaja para sacar provecho de la situación: en época de carnaval, los hoteles realizan ofertas con tarifas reducidas para las familias que desean visitar la ciudad, creando lo que se llamaría una “estancia de carnaval”. De este modo, se estima que el impacto económico directo e indirecto que afecta a la ciudad en relación con la hostelería, la restauración, el transporte y las compras se encontrará entorno a unos 30 millones de euros.

En lo que respecta a la temporada de invierno, veremos que el carnaval también se promociona mediante ofertas comerciales conjuntas con distintos activos como los deportes de invierno. En el año 2012 por ejemplo, la institución turística se asoció con las estaciones de esquí, creando un tipo de estancia basada en la reducción del 50% de los abonos deportivos comprando una entrada para el carnaval. Con esto el turista podía visitar las estaciones de esquí situadas en el interior de Niza, a sólo una hora y cuarto en coche, y a su vez, asistir al carnaval durante su permanencia en Niza.

Con esto las empresas pretenden dar a conocer al turista estaciones de esquí como Isola 2000 o Auron, promocionando el turismo de invierno. No obstante, como inconveniente a esto, parece ser que no forma parte de las prácticas de ocio el hecho de combinar los deportes de invierno con el carnaval, ya que habitualmente los turistas dedican un viaje distinto para cada práctica. Por lo tanto, crear nuevas tendencias en el turismo es un problema del que la Oficina de Turismo debe ser consciente (Chabert, A., 2019).



Figura 4.7. Mapa con estaciones y localidades cercanas a Niza

Fuente: <https://www.jardindelouis.com/skiing--2-hours-away.html>

Sabiendo todo lo anterior, nos centramos ahora en las nuevas tendencias que sigue actualmente el turista español. En febrero de este año, 2024, Skyskanner (<https://www.skyscanner.es/>), un motor de búsqueda global de vuelos, hoteles y alquiler de coches ha realizado un estudio a 2000 encuestados que pone de manifiesto que los españoles son entusiastas de los viajes de la temporada de invierno. Según la interpretación de este estudio, más del 50% de las personas encuestadas tenía planificado realizar un viaje en 2024 durante la temporada de invierno, prefiriendo estas vacaciones a las de verano. Esta tendencia viene marcada por fundamentos como la búsqueda de unas temperaturas más bajas y agradables o de precios más bajos que se ajustan a los meses de enero y febrero. Los vuelos de precios económicos son también un factor determinante a la hora de realizar escapadas de invierno, especialmente los vuelos de última hora que fija la moda entre los más jóvenes.

Lo que más impulsa a los españoles a viajar en invierno es sin duda, la búsqueda de precios bajos marcados por las compañías aéreas y hoteles durante las fechas de verano. Esto sumado a las largas colas de espera y a la masificación turística asociada a los meses de verano, hace que el turista español prefiera en su mayoría realizar viajes en fechas alternativas, buscando actividades como el esquí o el snowboard. Los jóvenes de entre 18 y 34 años en especial, buscan los viajes más económicos y asequibles para su bolsillo (Sistemas Comunicacionales SA / Ladevi, 2024).

Con esto, llegamos a la conclusión de que el turista español es un gran cliente potencial para el Carnaval de Niza, ya que, aunque los españoles se ven mayormente atraídos por deportes de invierno como el esquí, Niza puede aportar igualmente una experiencia única al asistir al carnaval. Como una gran oportunidad de crecimiento, el Carnaval de Niza debe atraer al turismo español que desee practicar algún deporte de invierno y afianzar su lealtad.

4.4.3. El Carnaval de Niza. Un destino regional con aspiración internacional

Según Chabert, A. (2019), el Carnaval de Niza es un evento mayoritariamente regional y nacional, sin embargo, desde mucho tiempo atrás, la ciudad ha atraído al turista

internacional. Uno de los propósitos principales de los organizadores del carnaval, es difundir esta fiesta de grandes dimensiones por todo el mundo, llegando a captar un turismo internacional. Hablamos de que, en datos estadísticos, el porcentaje de visitantes extranjeros ha llegado a ser de un 30% frente al turismo nacional con un 70% en el año 2014, un dato preocupante y que la Oficina de Turismo ha tratado de cambiar a toda costa.

Varios años más tarde, en 2016, el público francés que asistió al carnaval representó un 79,62% frente a 20,38% de público extranjero. Como podemos observar, este año el carnaval sufrió un descenso en relación con el turismo internacional. Además de esto, otro dato a añadir es que la mayor parte de los visitantes franceses, pertenecían a la misma región y localidad.

Adentrándonos más en el presente, de acuerdo con Meffre, N. (2022) y después de la difícil situación vivida en el año 2020 a causa del COVID-19, en el año 2022 el carnaval reunió a tan solo 85.000 espectadores, de los cuales alrededor del 95% eran franceses, por lo que la presencia del turismo internacional apenas se notaba. En cuanto a los países extranjeros que estuvieron presentes fueron: en primer lugar, Italia y España con un 2% cada uno y a continuación los siguientes fueron Bélgica, Alemania, Suiza y Estados Unidos con un porcentaje de asistencia del 1% cada país.

Dejando de lado lo anterior y hablando en términos económicos, de acuerdo con Acaldi, H. (2024), este año 2024 ha estado marcado por un récord de asistencia con más de 230.000 asistentes. Durante los 15 días de carnaval, la tasa de ocupación hotelera alcanzó el 61%, llegando a un 87% el día de inauguración. Además de esto, Niza recaudó 35 millones de euros. Si comparamos estos datos con los del año 2023, la ocupación fue de un 15% superior al año anterior, e igual ocurre con el porcentaje de audiencia, siendo un 15% más este año 2024 con una cifra de 200.000 espectadores en 2023.

Como señala Chabert, A. (2019), sabiendo que en esta fiesta predomina el turismo regional o nacional, la Oficina de Turismo tiene en el punto de mira a un tipo de turismo en específico: el turista extranjero de alto nivel adquisitivo. Actualmente Niza ha sido capaz de captar a visitantes conocidos como de “dos o tres estrellas” pero pretende subir el nivel y así poder llenar los hoteles de 4 y 5 estrellas, es decir, los más caros.

Algunos ejemplos de este tipo de hoteles son *Anantara Plaza Nice hotel*, un hotel de 5 estrellas ubicado en el centro de Niza y único en cuanto a lujo y diseño; o *La Pérouse*, un hotel de 4 estrellas situado en la ladera de una colina junto al *Parc du Château*, y el cual ofrece además unas vistas increíbles al mar mediterráneo. Sin embargo, Niza no sólo cuenta con estos lujosos hoteles, sino que los clientes pueden disfrutar de sofisticados restaurantes como el restaurante mediterráneo *Le Patio*, que sirve platos con los mejores ingredientes de temporada (Goodman, L. 2023).

Finalmente, se ha observado que los clientes más exclusivos y propensos a frecuentar este tipo de establecimientos son los asiáticos, especialmente los chinos y los estadounidenses. Para poder cumplir esta meta, Niza se ha propuesto desde hace años desarrollar una política de comunicación dedicada a la promoción del carnaval a través de múltiples medios de comunicación: televisión, periódicos o conferencias de prensa. Todo ello se difunde a través de la producción de clips, llevados a cabo también por agencias de viaje y redes sociales (Chabert, A., 2019).

4.4.4. Turismo MICE y su influencia en el turismo español

Como se ha mencionado anteriormente, la Oficina de Turismo de Niza es la encargada de captar nuevos tipos de segmentos de clientes y por lo tanto, promocionar el carnaval. Para ello, la institución lleva a cabo una serie de prácticas conocidas como incentivos,

una de las más usadas en el mundo del marketing. El incentivo consiste en un obsequio o bonificación dirigido a los empleados más eficientes de las empresas objeto de promoción. En este caso nos referimos al turismo MICE ya que hace referencia al turismo de negocios, significando sus siglas: *Meetings* o reuniones; *Incentives*, es decir, incentivos; *Conventions* o convenciones; y por último, *Exhibitions*, que significa exhibiciones.

Con esta aplicación se pretende, por parte de la Oficina de Turismo de Niza, atraer a un tipo de cliente determinado, siendo el caso de personas y trabajadores adinerados, que puedan ocupar los hoteles de lujo o de 5 estrellas y, sobre todo, consumir una gran cantidad de productos y servicios. Para ello, se les ofrece a los empleados más competentes una estancia en la ciudad de Niza en agradecimiento al cumplimiento de su propósito de comercialización anual. Con motivo de promoción del carnaval, los viajes de agradecimiento se realizan en época de carnaval desde hace ya muchos años. En el año 2016 como ejemplo de esto, una empresa de Hong Kong planificó un viaje a Niza durante varios días en los que, 200 empleados asistieron al Carnaval de Niza y llenaron un hotel de 5 estrellas, consumiendo y desarrollando este tipo de estancia que tanto busca la institución turística de la ciudad.

Otro tipo de práctica que se lleva a cabo por la institución turística es la concentración de diversos directivos para que puedan fortalecer los vínculos y el trabajo en equipo. Aunque este modelo está inspirado en el Carnaval de Río, en Niza ha tenido una gran aceptación y permite desarrollar el turismo de negocios en un entorno festivo como es el carnaval. Este modelo supone la edificación de palcos en estadios de fútbol y grandes complejos. En ellos, se puede realizar la firma de contratos mientras los clientes disfrutan de los espectáculos, lo que resulta muy beneficioso para crear un ambiente de convivencia entre las distintas empresas.

Si bien se ha estudiado que la clientela china es la que más se adapta al perfil de persona adinerada y potencial consumidor de la ciudad de Niza, es importante reconocer que también existen diferentes países que pueden cumplir esta función como es el caso de España (Chabert, A., 2019).

España sobresale como posible candidato debido a factores influyentes como la proximidad como país, la riqueza cultural que España comparte con Niza o la búsqueda de agradables temperaturas por parte del turista español, que busca escapar del calor.

De acuerdo con Sistemas Comunicacionales SA / Ladevi (2023), el 26 de abril de 2023 se organizó en Madrid un Workshop o evento interactivo en el cual el objetivo era captar la atención de los clientes españoles y, convencerlos de que la ciudad de Niza era el sitio perfecto para sus próximos eventos MICE y, además, para pasar las vacaciones.

Este evento fue gestionado por la Oficina de Turismo de Niza junto con Atout France, una agencia de desarrollo turístico en Francia. Estas dos organizaciones junto con la participación del director de la Oficina de turismo y congresos de Niza Costa Azul reunieron a múltiples agencias de viaje para convencerlas de que sus clientes viajaran a Niza.

Aunque Francia es el primer destino elegido por los españoles por su cercanía y atractivo turístico, muy pocos turistas visitan Niza, ya que prefieren otras ciudades como Marsella, París, etc. Realmente hoy en día, España no se encuentra dentro de los mejores clientes de Niza. Sin embargo, la oficina de turismo está dispuesta a cambiar este hecho, alterando así la imagen que los españoles tienen de Niza. Para el turista español, la ciudad de Niza es un destino ligado al turismo de sol y playa, y ya hemos visto en otros apartados, que el turista español muestra una inclinación hacia los viajes en temporada invernal y sus hábitos se encuentran favorecidos por los deportes de invierno. Esto sugiere a la oficina de turismo una oportunidad para ofrecer actividades alternativas que se ajusten a las preferencias del turista español y así atraer a un mayor número de viajeros.

Siguiendo con lo mencionado por Sistemas Comunicacionales SA / Ladevi, (2023), Niza se caracteriza por cuatro tipos de turismo: el turismo azul, es decir, del mar mediterráneo; el turismo urbano; el turismo blanco o de nieve; y el turismo verde, relacionado con los parques, montañas y zonas verdes en general. Dado esto, la industria de turismo de Niza quiere dar a conocer a España todos los tipos de turismo y, centrarse en la promoción de incentivos, algo realmente importante para atraer un turismo de calidad y potenciar su reconocimiento como ciudad sostenible.

5. ANÁLISIS

El carnaval refuerza el sentido de pertenencia de una comunidad y sus habitantes, además de ser una de las únicas celebraciones que se ha mantenido viva con el paso del tiempo, combinando diferentes culturas y expresiones artísticas. Así, nos encontramos con un claro ejemplo, el Carnaval de Niza, que ha sabido conservar y fomentar su propia festividad, reforzando a la vez su identidad cultural e incrementando los ingresos no solo para la ciudad de Niza, sino también para la Costa Azul.

Por otro lado, hemos estudiado cómo el Carnaval de Niza ha sabido adaptarse a los nuevos tiempos, es decir, cómo se ha desarrollado hablando en términos de promoción y comercialización del carnaval. Niza ha conseguido la clave para atraer a personas de todo el mundo, creciendo a través de las redes sociales y acercándose a las nuevas generaciones a través de las últimas tendencias.

Paralelamente, esta celebración se ha vinculado a distintos tipos de turismo. En primer lugar, se ha abierto camino en el turismo de invierno, época en la que se sintonizan numerosos eventos a lo largo de toda la Costa Azul; y, en segundo lugar, el turismo MICE o de negocios, con el que se pretende incentivar a las empresas y sus empleados para que visiten la ciudad. Este último tipo de turismo se encuentra estrechamente conectado el turismo español, debido a que España como país vecino, supone un potencial candidato para visitar tanto la ciudad como el Carnaval de Niza.

Por último y para concluir este análisis, el Carnaval de Niza no sólo sirve como ejemplo de gran atractivo turístico, sino también como modelo de gestión y de crecimiento para otras ciudades, que pueden tomar como ejemplo el desarrollo económico, social y urbano que ha tenido lugar en Niza.

6. CONCLUSIÓN

Tras la realización de este trabajo en el que hemos analizado detenidamente tanto las fiestas y carnavales con carácter general, como en concreto el Carnaval de Niza y su impacto sobre la experiencia turística, debemos señalar la importancia de ambos temas. El carnaval es una forma de expresión artística que contribuye al enriquecimiento cultural de una ciudad, y que se ha adaptado con el paso de los años a distintas circunstancias y contextos históricos, por lo que se trata de un tema complejo. No obstante, también tiene un gran impacto económico y social.

Observamos la evolución del Carnaval de Niza, al que nos referimos durante todo el trabajo, y que ha pasado de ser en sus inicios una fiesta tradicional local a ser conocido como uno de los mejores carnavales del mundo. Este carnaval cuenta con una historia de más de 150 años y su trayectoria ha estado marcada por la influencia de diversos países y la participación progresiva del turismo.

Actualmente no sólo es un evento significativo, sino que, a pesar de las situaciones adversas vividas como la pandemia o el atentado de 2016, el carnaval se encuentra en pleno desarrollo, marcando récord de asistencia el último año y con una notable presencia en cuanto a turismo internacional.

De igual manera, el Carnaval de Niza se ha ido adaptando a las nuevas generaciones y tecnologías, creando tendencias marcadas por la audiencia como es el Lou Queernal, un desfile que atrae especialmente a personas del colectivo LGBTQIA+.

Situamos esta celebración dentro de la temporada festiva de invierno. Aunque al principio no llamaba la atención de los extranjeros, ha ido tomando forma al combinar diversas ofertas comerciales con otras actividades como los deportes de invierno, convirtiéndose en un destacado atractivo turístico. Así, la oficina de turismo de Niza ha logrado hacerse con el reclamo de los turistas y promocionarse de forma efectiva.

Es importante poner de manifiesto la labor que tiene el Carnaval de Niza con respecto a la Costa Azul y su amplio potencial turístico, contando con un gran legado cultural. Debido a su impacto turístico y a su aspiración por lograr la patrimonialización, el carnaval ha contribuido a que la ciudad de Niza se preocupe por ser un destino sostenible. De esta manera, se han aplicado prácticas sostenibles, lo que ha generado un impacto realmente positivo en la ciudad.

En definitiva, podemos decir que el Carnaval de Niza y su ejemplo como historia, puede servir como modelo a otras ciudades. Los eventos culturales pueden mejorar la imagen de una ciudad, impulsar la evolución y el crecimiento de esta, llegando incluso a fortalecer el bienestar de la comunidad local y sus visitantes.

7. BIBLIOGRAFÍA

Libros:

Ferreira, F. (2005). *Inventando Carnavais. O surgimento do carnaval carioca no século XIX e outras questões carnavalescas*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.

Gutierrez S., E.J. & Cunin, E. (2006). *Fiestas y carnavales en Colombia: la puesta en escena de las identidades*. La Carreta Editores E. U. https://horizon.documentation.ird.fr/exl-doc/pleins_textes/divers20-05/010045135.pdf

Heinich, Nathalie, Shapiro, Roberta, (2012). *De l'artification. Enquêtes sur le passage à l'art*. Editions de l'Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales.

Artículos de revista:

Carroll, J. & Collingburn, A. (2016). Bastille Day terrorist attack in Nice, 14 July 2016. *Australian Strategic Policy Institute*. <https://www.jstor.org/stable/resrep04102>

Pestereva-Fetnan, A. & Idjéraoui-Ravez, L. (2020). Le carnaval de Nice: entre culture revivaliste, mise en tourisme et mise en patrimoine. *Hal Open Science*. hal-03650927, version 1. <https://hal.science/hal-03650927/>

Rinaudo, C. (2005). Carnaval de Nice et carnavales indépendants. *Sociologie et Sociétés*, 37(1), 55–68. <https://doi.org/10.7202/012276ar>

Rinaudo, C. (2006) Fiesta y dinámicas identitarias. Un estudio de caso en Niza. *Hal Open Science*. halshs-01086415. <https://shs.hal.science/halshs-01086415>

Páginas web y prensa digital:

Acaldi, H. (2024). *Carnaval de Nice : un record de fréquentation pour l'édition 2024*. Nice-Presse. <https://nicepresse.com/carnaval-de-nice-record-de-frequentation-pour-ledition-2024/>

ESP_DP_Nice_Ville_Verte_2017. (2017). Disponible en: https://issuu.com/otc_nice/docs/es_dprensa_niza_ciudad_verde

Facebook (2024). Carnaval de Nice. <https://www.facebook.com/NiceCarnaval>

Goodman, L. (2023). *Los mejores hoteles de la Riviera Francesa*. Condé Nast Traveler. <https://www.traveler.es/galerias/mejores-hoteles-riviera-francesa>

Instituto Nacional de Estadística (2024). INE.es. <https://www.ine.es/>

Joly Digital, S.L. (2024). *Cádiz, Santa Cruz de Tenerife, Niza, Colonia y Venecia, así son los carnavales más importantes de Europa*. Diario de Sevilla. https://www.diariodesevilla.es/de_compras/Cadiz-Tenerife-Colonia-Venecia-Europa-carnavales-famosos_0_1871813208.html

Koredge (2024). Office de Tourisme Métropolitain Nice Côte d'Azur. <https://www.explorenicecotedazur.com/es/>

La Provenza y Costa Azul de Francia (2024). La-Provenza.es. <https://www.la-provenza.es/carnaval-de-niza>

Meffre, N. (2022). *Quelle affluence pour le Carnaval de Nice 2022 ? On a les premiers chiffres*. Nice-Presse. <https://nicepresse.com/quelle-affluence-pour-le-carnaval-de-nice-2022-on-a-les-premiers-chiffres/>

Meffre, N. (2024). *“Découvrir la Côte d'Azur autrement”: l'office du tourisme de Nice Métropole dévoile ses ambitions*. Nice-Presse. <https://nicepresse.com/decouvrir-la-cote-dazur-autrement-loffice-du-tourisme-de-nice-metropole-devoile-ses-ambitions/>

Pérez, J. R. (2022). ¿Dónde van de viaje los españoles?. El Debate. <https://www.eldebate.com/economia/20220716/donde-viaje-espanoles.html>

Sistemas Comunicacionales SA / Ladevi (2023). *Niza se lanza a por el turismo MICE español*. Ladevi.info. <https://espana.ladevi.info/niza/niza-se-lanza-el-turismo-mice-espanol-n51276>

Sistemas Comunicacionales SA / Ladevi (2024). *Tendencias: los españoles gastarán en 2024 un 40% más en viajes*. Ladevi.info. <https://espana.ladevi.info/tendencias/tendencias-los-espanoles-gastaran-2024-un-40-mas-viajes-n62437>

Skyskanner Ltd (2022-2024). Skyscanner.es. <https://www.skyscanner.es/>

Team Nice Côte d'Azur (2024). *Bilan économique du Carnaval de Nice 2024*. Invest in Côte d'Azur. <https://www.investincotedazur.com/bilan-economique-du-carnaval-de-nice-2024/>

Ville de Nice (2024). Carnaval de Nice. <https://www.nicecarnaval.com/>

Ville de Nice (2024). Site Officiel de la Ville de Nice. <https://www.nice.fr/fr/>

Tesis doctorales y trabajos académicos:

Bora, L. A. (2020). *Frestas, flores e fogueiras no Carnaval de Nice de 2017, "Roi de l'Énergie"*. [Tesis doctoral, Universidade Federal do Rio de Janeiro]. *Policromias-Revista de Estudos do Discurso, Imagem e Som*, 5(4), 81-111. <https://revistas.ufrj.br/index.php/policromias/article/view/38412>

Chabert, A. (2019). *Anthropologie du carnaval de Nice. Politiques, professions et esthétiques de la fête*. [Tesis doctoral, Aix-Marseille Université]. *Theses.fr*. <https://www.theses.fr/2019AIXM0291>

Rodríguez Santana, K. G. (2015). *Reforma al artículo 65 del código del trabajo, a efectos de establecer los días lunes y martes de carnaval como días de descanso obligatorio, como medio para alcanzar los objetivos del buen vivir (Sumak-Kawsay)*. [Tesis doctoral, Universidad Regional Autónoma de los Andes]. <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/2110/1/TUSDAB052-2015.pdf>

Sidro, A. (1979), *Triboulet au royaume de Carnaval. Histoire psychosociale du Carnaval de Nice (1873-1979)*, Thèse de troisième cycle, Université de Nice.

8. ANEXOS

ANEXO 1: ELABORACIÓN DE LOS DISFRACES DEL CARNAVAL (2024)

El 17 de febrero comenzará el Carnaval de Niza sobre el tema del Rey de la Cultura Pop. El tiempo se acaba, tanto para la preparación de las 14 carrozas como para la confección de los 14 trajes para la batalla de las flores que se realiza fuera de la vista en el taller de la sala Spada de Niza.

Es en el interior de la sala Spada de [Niza](#) donde varias pequeñas manos han puesto en marcha una marcha. En menos de un mes para diseñar 14 disfraces, el desafío es importante, pero para estos "creadores" de mundos carnavalescos es casi una rutina.

"Los disfraces están cobrando vida"

Es lejos de todos donde los diseñadores de vestuario trabajan todos los días. Un ritmo frenético que casi no les deja tiempo para hacer pausas. Porque a este ritmo conseguirán confeccionar los **14 trajes** para la Batalla de las Flores.

“ Los disfraces que teníamos en modelos y en diseños que hemos realizado desde noviembre están cobrando vida. Sentimos mucha emoción, satisfacción pero también mucha ansiedad, pero eso es completamente saludable. ”

Carolina Roux
Diseñador de vestuario



Este vestido amarillo será uno de los outfits que lucirán las modelos durante el desfile de la Batalla de las Flores. ● © Marylène Iapichino FTV

¿Cómo ilustrar el tema de la cultura pop?

Después de meses de reflexión, cuestionamiento y cuestionamiento sobre este tema, los 4 diseñadores de vestuario finalmente están en la parrilla de salida listos para cruzar la línea de meta al final del carnaval. Comenzaron a confeccionar vestidos que deben respetar la temática del Carnaval 2024, **el Rey de la cultura Pop.**



Podemos imaginar fácilmente que esta máscara de zorro y este vestido de día ilustrarán la fábula de Caperucita Roja. ●
© D. Poulain-FTV

Para ilustrar esta temática se representarán personajes de cuentos y leyendas.

“ Las niñas son muy pequeñas en las carrozas, por lo que el público debe poder verlas desde lejos. Para ello, los vestidos deben ser voluminosos. ”

Aurélie Lachmann
Diseñador de vestuario



Los 4 modistos trabajan con tejidos que se miden en kilómetros. ● © D. Poulain - FTV

Una vez completados, los disfraces cobrarán vida con la primera Batalla de las Flores que tendrá lugar el sábado **17 de febrero a las 14:30 horas. Serán usados por 14 niñas.**

Fuente: <https://www.francetvinfo.fr/>

ANEXO 2: EL MUSEO DEL CARNAVAL EN CONTES

Mecido por el Carnaval de Niza, Sébastien Dalbera creó en 2019 con su pareja el primer Museo del Carnaval francés en Contes. Aunque las visitas se han visto interrumpidas desde hace varios meses a causa del Covid-19, la pareja sigue adquiriendo piezas para completar su rica colección.

En este espacio expositivo de 500 m², no sabes a quién acudir: trajes de todos los colores se codean con modelos y los imperdibles Cabezudos.

Sébastien Dalbera, de 35 años, inauguró el primer Museo del Carnaval francés con su pareja Élodie Couasnon en junio de 2019 en Contes, a pocos kilómetros de Niza. *"Construir la colección, encontrar el local, recoger testimonios, trabajar en el mobiliario, es un trabajo que me llevó entre 10 y 15 años"*, enumera.



Sébastien Dalbera tardó entre 10 y 15 años en crear su museo. • © Museo del Carnaval

Desde el Carnaval de Niza hasta la Batalla de las Flores, pasando por el taller de fabricación de Grosses Têtes y los carnavales de todo el mundo, los visitantes normalmente pueden sumergirse en la historia de estas fiestas populares. Pero debido a la epidemia de Covid-19, el museo tuvo que cerrar temporalmente sus puertas, para consternación de su creador.

Apasionado por el Carnaval de Niza

Sébastien Dalbera es originario del país: desarrolló su pasión por el Carnaval de Niza cuando aún estaba en la escuela primaria.

“ En mi clase había una niña cuyo abuelo era trabajador del carnaval y ella me lo presentó. Poco a poco fui a las naves: miré, aprendí y así me enamoré del Carnaval. ”

“ Sébastien Dalbera, fundador del Museo del Carnaval de Contes. ”

Una cosa llevó a la otra y el hombre de Niza dejó su profesión de maître d'hôtel para convertirse en guardián de carnaval. Entre la construcción de dos tanques, escucha las historias y anécdotas de los mayores. Así surgió la idea de crear un museo. *"Cuando quise embarcarme en este proyecto, volví a contactar con todos ellos. Me dije que era absolutamente necesario recoger los testimonios de estos mayores para que no se perdiera el recuerdo del Carnaval: hice largas grabaciones con ellos".*



El museo abrió sus puertas en junio de 2019. • © Musée du Carnaval

Sébastien Dalbera también se sumerge en archivos y libros para obtener información. También acudió a anticuarios y particulares para adquirir sus primeros bienes e iniciar su colección. Hoy tiene varios miles de piezas únicas que le gusta mostrar y compartir.

“ La idea de este museo es traer recuerdos a las personas mayores y transmitir conocimientos a las generaciones más jóvenes. ”

“ Sébastien Dalbera, fundador del Museo del Carnaval de Contes. ”

Fuente: <https://www.francetvinfo.fr/>