VARIOUS VOICES BRUSSELS 2026!

Informe y evaluación del festival

¡Nuestro fabuloso viaje para hacer que tu corazón sea escuchado!

ES

Este documento es una traducción del informe final del festival, publicado en inglés. Su objetivo es facilitar la lectura a aquellas personas que no entienden el inglés o lo entienden solo un poco. Esta traducción se ha realizado mediante la herramienta de inteligencia artificial Deepl. El texto no ha sido revisado por hablantes nativos, por lo que puede contener errores. En caso de discrepancia, prevalecerá la versión inglesa.

Introducción 3
ANTES DEL FESTIVAL 4
Proceso de candidatura 4
Various Voices Brussels 2026 ASBL 5
Coros participantes 6
Delegados participantes 8
Plataforma de inscripción 10
Tarifas del festival 11
Tarifas para coros 11
Tarifas para los delegados 13
Procedimiento de pago 14
Cancelaciones 15
Programa de apoyo 16
Fondo de solidaridad 19
Alojamiento 19
Transporte 21
Sedes del festival 21
Espacios cubiertos 21
Espacios al aire libre y planes alternativos 22
El proyecto «Let Your Heart Be Heard» 24
Comunicación 27
Identidad gráfica 27
Página web 27
La campaña de Bolonia 28
Redes sociales 29
Boletines informativos 30
Gestión del correo electrónico 30
Cita en Bruselas/Festival Hand in Hand 31
Tienda del festival 31
Publicidad 32
Cobertura mediática 33
DURANTE EL FESTIVAL 34
La ola de calor 34
Programa del festival 36
El programa 36
Equipo técnico 37
Gestión de entradas 38
Conciertos de tarde: el corazón del festival 40

Espectáculos y ceremonias 41
Conciertos callejeros 45
Conciertos en el marco de colaboraciones 45
Visitas guiadas al Ayuntamiento 46
Conciertos gratuitos en el Ayuntamiento 47
Verano en Vaux Hall 47
Espíritu comunitario: programa social 48
Pueblo del festival 48
Visitas guiadas 48
Ensayos de «Let Your Heart Be Heard» 49
Talleres 49
Actividades sociales 50
Fiestas nocturnas 50
Inclusividad 51
Accesibilidad 52
Seguridad 55
Sostenibilidad 57
Voluntariado 58
Comunicación durante el Festival 60
Credencial del festival 60
Señalización 61
Fotógrafos 61
Página web 62
Redes sociales 62
Centro de bienvenida 63
Cobertura mediática 64
Comunicación de crisis 64
Vídeo resumen 65
DESPUÉS DEL FESTIVAL 65
Presupuesto del festival 65
Visión general 65
Financiación previa 66
Ingresos 67
Nota sobre el patrocinio 68
Gastos 69
Resultados financieros 70
Equipo del festival 70
Evaluación del festival e impacto económico 72
Conclusión 76

Introducción

Recuerdo que en 2023, el tercer día del Festival de Bolonia, le comenté a un amigo de otro coro que empezaba a sentirme cansado porque no paraba de ir de un sitio a otro para no perderme nada del festival: de un recinto a otro, del centro de Bolonia al Village, de un concierto de mi coro favorito a un descubrimiento fortuito en la calle... Al mismo tiempo, tenía que lidiar con todas las emociones que me producía volver a ver a viejos amigos, conocer a otros nuevos, compartir momentos de alegría y las emociones que me despertaba una canción o una actuación...

Ella me dijo: «¡Es como estar en una lavadora!».

«Various Voices» nos pone del revés. Salimos de allí agotados, exhausto, escurridos. ¡Pero qué podría ser más único o agradable que una experiencia así que se apodera de nuestras vidas durante cinco días!

Lo que significa «Various Voices» no se puede expresar con palabras. Hay que vivirlo. Desde dentro de la lavadora.

El equipo de Bruselas acaba de pasar seis años dentro de la lavadora. Ha sido una aventura llena de giros y vueltas. Ha habido risas; ha habido lágrimas. Ha habido impaciencia; ha habido estrés. Ha habido la alegría de hacer realidad un sueño; ha habido el miedo a que se convirtiera en una pesadilla.

Hoy os invitamos a volver a sumergiros en la lavadora con nosotros. Reviviréis momentos que os resultarán familiares y, sin duda, descubriréis muchas cosas que no sabíais.

Porque para hacer realidad estos cinco días de festival, han sido necesarios años de trabajo. Mucho trabajo, pero también una gran dosis de compromiso, pasión y amor por nuestra comunidad coral LGBTQI+.

¡Acompáñanos en este fabuloso viaje!

Christophe Cordier
Presidente del festival

ANTES DEL FESTIVAL

Proceso de candidatura

Para algunos miembros del equipo organizador, la organización del festival comenzó hace diez años.

Fue en 2016, cuando aún cantábamos en otro coro, cuando tomó forma la idea de acoger el festival en Bruselas. Varios de nosotros nos embarcamos en el proceso de candidatura para Various Voices 2022. En resumen (podríamos escribir cien páginas sobre este tema...), este proyecto fracasó unas semanas antes de Various Voices Múnich 2018 y, finalmente, nos llevó a fundar Sing Out Brussels! unos meses más tarde.

En marzo de 2020, cuando Bélgica entró en confinamiento debido a la COVID, Legato lanzó la convocatoria de candidaturas para Various Voices 2026. La junta directiva de Sing Out Brussels! se puso manos a la obra para preparar una «manifestación de interés»: un breve documento de cuatro páginas que ya sentaba las bases de nuestra visión para el festival. Este documento se presentó a Legato en junio de 2020.

En octubre de 2020, se invitó a Bruselas y Barcelona a preparar la candidatura completa. Legato nos proporcionó comentarios sobre nuestra propuesta inicial y revisamos nuestra visión basándonos en ellos. La preparación del expediente de candidatura supuso nueve meses de trabajo (¡una auténtica labor de amor!) para ofrecer una visión lo más detallada posible de nuestro proyecto en cuanto a presupuesto, financiación, programa, precios, visión artística, sedes del festival, alojamiento, colaboraciones, sostenibilidad, legado, etc. Tuvimos la «suerte» de poder llevar a cabo este trabajo mientras Bélgica se encontraba en confinamiento, lo que nos permitió dedicar fácilmente tiempo de nuestros respectivos trabajos a organizar reuniones en línea y preparar la solicitud con los distintos socios potenciales.

A la hora de preparar la candidatura, contamos con el apoyo de la Oficina de Convenciones de visit.brussels (la agencia de promoción turística) y, en particular, de Margaux Huvelle. También nos pusieron en contacto con MCI, una empresa especializada en la organización de conferencias. Nuestra persona de contacto, Dorothée Flament, nos ayudó a elaborar un presupuesto inicial y un «calendario inverso» en el que se detallaba qué había que hacer y en qué plazo.

Junto con la candidatura, produjimos un vídeo promocional. El vídeo fue dirigido y editado por Julie Janssens, miembro de Sing Out Brussels!, con un enfoque claramente humano y personal. En el vídeo, rodado en diversos lugares de Bruselas —entre ellos, el Bozar—, participaron unos diez miembros de Sing Out Brussels!. Este vídeo promocional fue financiado por visit.brussels en el marco de su programa de apoyo destinado a atraer eventos internacionales a Bruselas. Este vídeo inspirador y alegre, rodado en un solo día en mayo de 2021, desempeñó un papel fundamental a la hora de conseguir el apoyo para el festival.

Nuestra solicitud y el vídeo promocional se presentaron a Legato en junio de 2021. La Junta Directiva de Legato otorgó a nuestra solicitud una puntuación excepcional del 98 %. En agosto, los coros miembros de Legato votaron y eligieron por abrumadora mayoría a Bruselas como ciudad anfitriona. La selección de Bruselas se anunció oficialmente en octubre de 2021.

Para entonces, ya habíamos dedicado 18 meses de trabajo al festival sin tener ninguna certeza de que lo fuéramos a organizar. ¡Ahora sí que podía comenzar la aventura!

Various Voices Brussels 2026 ASBL

En marzo de 2022, los miembros de la junta directiva de Sing Out Brussels! constituyeron oficialmente la organización sin ánimo de lucro (ASBL —Association Sans But Lucratif) Various Voices Brussels 2026.

Nos llevó unos meses de reflexión llegar a este punto. En un principio, esperábamos que la organización sin ánimo de lucro Sing Out Brussels! se encargara de organizar el festival. Sin embargo, Legato exigía la creación de una entidad jurídica independiente. Esto era necesario para firmar el contrato y generó cierta tensión: no veíamos el sentido de crear una segunda organización formada por las mismas personas, y nos preocupaba no poder beneficiarnos de la reputación de Sing Out Brussels!, que ya estaba bien consolidada ante las autoridades públicas que proporcionaban la financiación.

Al final, Legato tenía razón: organizar el festival es una tarea en sí misma que debía mantenerse separada de la gestión del coro. Los presupuestos gestionados por las dos organizaciones eran incomparables. Lo mismo ocurría con la carga de trabajo.

Al principio, el coro y el festival compartían algunos miembros de la junta directiva, pero con el tiempo esto resultó rápidamente inmanejable para los implicados, y a partir de 2023, las asociaciones contaron con dos juntas directivas claramente separadas. Tras un año funcionando de esta manera, se hizo evidente que esto estaba causando problemas, ya que el coro y el festival se estaban desarrollando por caminos diferentes. Por lo tanto, decidimos que cada reunión de cada organización sin ánimo de lucro se organizara en presencia de un miembro de la junta directiva de la otra organización. Esto no estuvo exento de dificultades: el equipo del festival estaba totalmente centrado en un proyecto que parecía lejano para el otro equipo, pero que para ellos era increíblemente cercano, mientras que el equipo del coro estaba desbordado por la gestión diaria del coro y la planificación de sus propios proyectos.

A menudo teníamos la sensación de que existía «el coro» (y sus proyectos) y «el festival» (que era un proyecto que parecía tener poca o ninguna relación con el coro). Unos meses antes del festival, tuvo lugar una reunión especialmente tensa entre las dos juntas directivas, en la que se puso de manifiesto una gran frustración, desorganización y agotamiento entre el equipo de Various Voices. A raíz de ello, los dos equipos comenzaron a colaborar más estrechamente. Pero para entonces ya solo quedaban tres meses para el festival.

Creemos que es especialmente importante transmitir esta información a los futuros equipos organizadores. Dirigir un coro implica preparar conciertos, gestionar la captación de miembros y planificar temporadas musicales, a veces con uno o dos años de antelación. Pero los resultados de este trabajo son rápidamente visibles para los cantantes y aportan un reconocimiento inmediato. Dirigir un festival implica trabajar entre bastidores durante años en un proyecto que sigue siendo abstracto e invisible para los miembros (más aún cuando cada año se incorporan nuevos miembros al coro que nunca han participado en Various Voices). Existe un riesgo significativo de perder el vínculo entre ambos proyectos, aunque siempre sean uno o más coros los que constituyen la base de la candidatura. Las reuniones conjuntas, la comunicación constante y las presentaciones y talleres periódicos en los que participen los miembros de los coros son esenciales para mantener este vínculo.

Coros participantes

El número de coros y grupos musicales LGBTQI+ no deja de crecer en Europa. ¡Legato cuenta actualmente con 162 miembros! Este crecimiento está teniendo un impacto en el festival Various Voices, ya que cada edición acoge a más coros que la anterior.

En 2023, 105 coros participaron en el festival de Bolonia. Estimamos que Bruselas podría acoger un número similar. Por precaución, dada la duración prevista del festival y el número de salas que nuestro presupuesto nos permitía alquilar, fijamos el número máximo de coros participantes en 120.

La inscripción de los coros con la tarifa de reserva anticipada estuvo abierta del 1 de septiembre al 31 de diciembre de 2024. Los coros se mostraron muy entusiastas nada más abrirse las inscripciones, y 46 de ellos se inscribieron en septiembre (más del 30 % de la capacidad del festival). A continuación, el ritmo se ralentizó. Tal y como esperábamos, en diciembre se produjo una avalancha de inscripciones, ya que los coros se apresuraron a inscribirse a tiempo para beneficiarse de la tarifa de inscripción anticipada. La capacidad máxima del festival (120 coros) se alcanzó unos días antes del 31 de diciembre de 2024.

Ese mismo día, abrimos una lista de espera. A lo largo de las semanas, 12 coros se incorporaron a la lista de espera. Posteriormente, varios coros cancelaron su inscripción por diversas razones (cuota de participación demasiado elevada para sus miembros, envejecimiento del coro, reorganización o disolución del coro...), lo que significó que la mayoría de los coros de la lista de espera pudieron inscribirse con la tarifa normal. Los que no lo hicieron simplemente decidieron no participar.

Al final, participaron en el festival **114** coros, mientras que 14 coros que se habían inscrito inicialmente se retiraron. 22 coros (el 17 % del total) participaron en el festival por primera vez: 20 de Europa y dos de Estados Unidos.

Los coros inscritos procedían de 18 países, siendo la mayoría de Alemania (32 coros), el Reino Unido (26 coros) y los Países Bajos (13 coros). La gran mayoría de los coros participantes eran europeos y también dimos la bienvenida a seis coros estadounidenses.

En cuanto a los tipos de coro, la mayoría de los 114 coros eran SATB (48 coros), seguidos de los TTBB (43 coros) y los SSAA (16 coros). Los seis coros restantes, clasificados como «otros», no se identificaban con este tipo de nomenclatura. Si comparamos estos datos con los de Legato, podemos observar que los coros TTBB estuvieron ligeramente sobrerrepresentados en el festival y que los coros SSAA estuvieron infrarrepresentados. Este sesgo se vio acentuado por la presencia de coros GALA, tal y como se muestra en la tabla siguiente.

nb Legato choirs as in January 2025		Registered choirs	Registered choirs in % of Legato members	Registered delegates	Delegates in % of the total
SATB	74	46	62%	1913	47%
TTBB	51	39	76%	1573	39%
SSAA	30	16	53%	340	8%
Other	8	7	88%	223	6%
Total	**163**	**108**	**66%**	**4049**	**100%**
* adding the 6 ensembles as additional choirs				* includes GALA choirs and double memberships	

El equipo del festival no escatimó esfuerzos para aumentar la diversidad en el seno del mismo. A mediados de noviembre de 2024, una vez alcanzado el número de 60 coros inscritos (la mitad de la capacidad del festival), enviamos correos electrónicos personalizados a unos 60 coros: coros de países que no estaban representados, coros SSAA, coros LGBTQI+ que no eran miembros de Legato en países de la UE que no estaban representados, coros que reunían a personas transgénero y coros de otros continentes. Les comunicamos nuestro deseo de que participaran para reforzar la diversidad en el festival. También les preguntamos qué obstáculos podrían impedirles participar en el evento (precio, fecha, etc.) y les ofrecimos reunirnos con ellos de forma virtual. Lamentablemente, recibimos muy pocas respuestas.

Asimismo, invitamos sistemáticamente a los coros que se habían afiliado a Legato desde que se abrió el plazo de inscripción a participar en el festival (20 coros). La mayoría de ellos (16) se inscribieron efectivamente. Sin embargo, observamos que, de los 14 coros que cancelaron su participación, 6 son coros que se afiliaron a Legato muy recientemente, con la intención de participar en el festival. Nos dimos cuenta de que, en general, estaban muy mal informados sobre qué es el festival y cómo se organiza. Algunos coros no entendían por qué sus miembros tenían que pagar una cuota de inscripción. Otros querían financiar todo el viaje de sus miembros (cuotas de inscripción, transporte y alojamiento), lo cual es totalmente irrealista. Otros coros solicitaron que el festival cubriera sus gastos de transporte, lo cual es financieramente imposible dentro de nuestro presupuesto. A veces teníamos la impresión de que algunos coros ven el festival como una organización profesional bien consolidada, ¡cuando en realidad está gestionado por un pequeño equipo de voluntarios que cambia cada cuatro años y cuenta con recursos muy limitados!

Recomendamos que Legato informe claramente a los coros nuevos sobre cómo se financia y se organiza el festival. Además, cada coro nuevo podría contar con un «tutor», un miembro de la Junta Directiva de Legato, a su disposición durante un año para orientarle y responder a cualquier pregunta.

Por último, en cuanto a la gestión de la lista de espera, en lugar de asignar las plazas por orden cronológico, otorgamos puntos en función de diversos criterios para potenciar la diversidad del festival. Los coros que cumplían los siguientes criterios recibían más puntos:

- Nuevo miembro de Legato
- Nunca había participado antes en el festival
- Coro SSAA u «otro»
- País no representado en el festival

Recomendamos que el equipo organizador del próximo festival utilice los mismos métodos con el fin de aumentar la diversidad del festival.

Delegados participantes

El plazo de inscripción de delegados con tarifa de inscripción anticipada se extendió del 1 de enero de 2025 al 30 de junio de 2025.

Basándonos en el número de coros inscritos a 31/12/2024, estimamos que el número de posibles delegados sería de 4 000 (el 80 % del número total de miembros de los coros inscritos), en lugar de los 3 500 presupuestados inicialmente.

En el presupuesto general del festival, habíamos previsto un total de 2 747 inscritos en la fase de inscripción anticipada. Al final, ¡**3 348** delegados completaron su inscripción anticipada!

Esta cifra excepcional supuso tanto una buena como una mala noticia. Por un lado, demostró un nivel muy alto de interés por el festival. Por otro lado, significó que tuvimos que revisar nuestras previsiones presupuestarias, ya que, con el mismo número total de asistentes al festival (4 000), estaríamos perdiendo dinero (30 000 €) debido al menor número de inscripciones con tarifa normal.

La mayoría de los delegados esperaron hasta el último momento para inscribirse. Al principio, el crecimiento fue constante: un 51 % de marzo a abril y un 83 % de abril a mayo. Luego, en junio se produjo un enorme repunte del 330 %.

Las inscripciones de los delegados con tarifa «Regular» se realizaron del 1 de julio de 2025 al 31 de diciembre de 2025. Las estadísticas de las inscripciones con tarifa «Early» sugerían que el 90 % de los miembros de cada coro se inscribirían en el festival. Por lo tanto, revisamos nuestras previsiones, aumentando el número de asistentes previstos al festival a 4.200 en lugar de 4.000, lo que también respondía a una necesidad financiera de compensar la pérdida causada por el número excesivo de inscripciones anticipadas. También decidimos que 4.200 era el número máximo permitido para garantizar a los asistentes una experiencia óptima, teniendo en cuenta la capacidad de nuestros recintos. Comunicamos claramente

este límite máximo, con la esperanza de acelerar las inscripciones, lo que no sucedió.

A 31 de diciembre de 2025, el festival contaba con **3.932** asistentes.

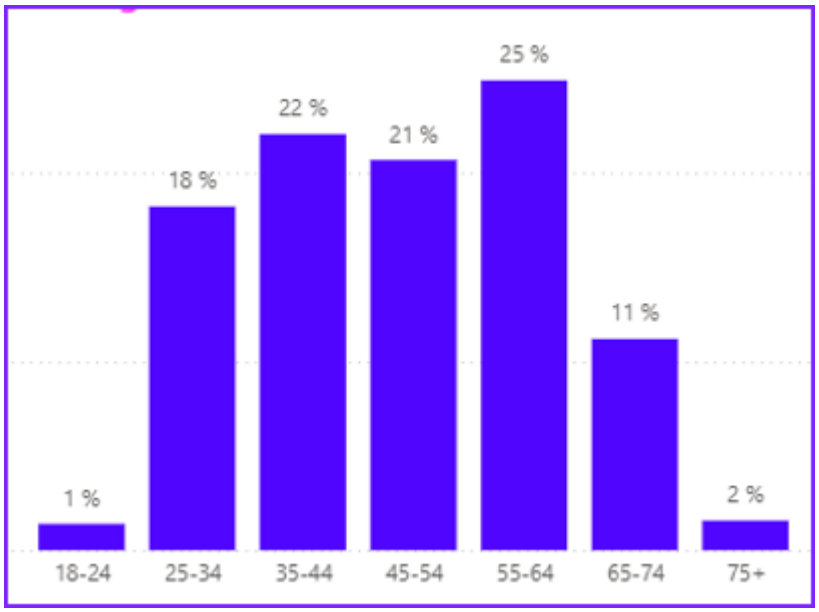
Por lo tanto, el número de participantes fue inferior a nuestras previsiones. Esto supuso un nuevo déficit de ingresos, estimado en unos 16 000 €. En consecuencia, decidimos mantener abiertas las inscripciones con la tarifa «Regular» hasta alcanzar nuestro objetivo financiero, lo que supone aproximadamente 70 inscripciones. A finales de enero de 2026, se alcanzó el objetivo de 4 000 inscripciones.

A continuación, pasamos a la tarifa de inscripción tardía, hasta finales de marzo de 2026. No esperábamos recibir más de 15 inscripciones. ¡Pero, de hecho, recibimos 144 inscripciones más, incluso a ese precio bastante elevado! Esto supuso, por supuesto, un respiro para nuestro presupuesto.

El día de la inauguración del festival, teniendo en cuenta las cancelaciones, el festival contó con **4 040** participantes.

En el festival participaron delegados de 18 países. Sin embargo, la mayoría procedían del Reino Unido (28 %), Alemania (21 %), los Países Bajos (10 %), Francia (7 %) y EE. UU. (6 %).

Una característica distintiva del festival es que reúne a todas las generaciones, lo cual es digno de elogio en una comunidad LGBTQI+ que a menudo da prioridad a la juventud. Todos los grupos de edad entre los 25 y los 65 años tienen una representación más o menos igual, y también hay personas mayores de 65 años (13 %). Solo la generación más joven está prácticamente ausente (1 %). La edad media estimada de los delegados es de 49 años.



Sin embargo, no todos nuestros coros presentan diversidad en cuanto a la edad. Quince coros tienen una edad media inferior a 40 años, mientras que, en el extremo opuesto, otros quince tienen una edad media superior a 60 años. Los dos

grupos intermedios están representados de forma equitativa: 48 coros tienen una edad media entre 40 y 50 años, y 42 coros entre 50 y 60 años.

El perfil socioeconómico de los asistentes al festival es muy homogéneo. El 79 % de los asistentes tiene empleo, el 13 % está jubilado y el 3 % son estudiantes. El nivel de estudios es muy alto. El 81 % de los delegados ha completado estudios superiores, mientras que este porcentaje es del 34 % en la población general de la UE de entre 24 y 74 años.

En cuanto a la identidad de género y la orientación sexual, los delegados reflejan el panorama coral LGBTQI+ europeo, donde los coros TTBB son más numerosos y cuentan con más miembros que los coros SSAA. Por lo tanto, el festival sigue estando abrumadoramente dominado por hombres (55 %). Las mujeres representan el 30 % de los delegados. Es interesante señalar que el 9 % de los delegados son transgénero o no binarios. En cuanto a la orientación sexual, el 57 % de los delegados se identifica como gay, el 20 % como lesbiana, el 10 % como bisexual o pansexual y el 6 % como heterosexual. El 6 % se identifica como queer o en proceso de cuestionamiento, y el 0,8 % como asexual. Resulta interesante cruzar estos datos con la edad: la mayoría de las personas transgénero y no binarias tienen menos de 44 años, mientras que las que se identifican como bisexuales, pansexuales, queer, en proceso de descubrir su identidad o asexuales tienen menos de 34 años.

Plataforma de inscripción

La plataforma Integra no fue la primera opción de nuestro equipo.

En 2022, nuestra organización firmó un contrato con MCI, una empresa especializada en la organización de congresos. Una de las funciones de esta empresa era crear la plataforma de inscripción del festival.

En 2023, nos dimos cuenta, mientras preparábamos la plataforma de inscripción para coros y delegados, de que MCI no estaba en condiciones de desarrollar la parte de «planificación» de dicha plataforma, es decir, la parte que permite a los coros introducir su repertorio, requisitos técnicos, etc., y que permite a los organizadores del festival planificar los conciertos en las distintas sedes. Además, el elevado importe que MCI cobraba por cada inscripción (tal y como se estipulaba en el contrato) no se ajustaba realmente a la política de precios inclusiva que buscaban los asistentes al festival ni al control presupuestario que pretendía nuestra organización. Esto condujo a la rescisión del contrato con MCI en febrero de 2024.

Como alternativa para la parte de planificación, nos pusimos en contacto con Integra Planner (la plataforma utilizada por Various Voices Munich 2018 y los festivales organizados por Gala Choruses en EE. UU.), así como con el equipo de Various Voices Bologna 2023.

En un primer momento, queríamos adquirir la plataforma utilizada para el festival de Bolonia para la parte de inscripciones. Con algunos ajustes que había que realizar, consideramos que era la mejor opción para poder planificar el festival de la forma más eficaz posible. Las razones principales fueron el precio, el servicio de mantenimiento ofrecido y el diseño actualizado de la página web. Contra todo

pronóstico, unos días antes de firmar el contrato en marzo de 2024, la persona encargada de desarrollar la plataforma de Bolonia decidió finalmente no trabajar con nosotros. Por lo tanto, tuvimos que recurrir a la última opción posible, Integra, que era la única viable y realista desde el punto de vista financiero, dado el plazo tan ajustado para la apertura de las inscripciones.

Al contrario de lo que probablemente piensen muchos asistentes al festival, Integra no pertenece a Legato, sino a la federación estadounidense Gala Choruses. Gala pone la plataforma a disposición a cambio de una cuota. La cuota es bastante elevada. Tuvimos que negociar el precio. El coste final de la plataforma fue de 16 000 €, una cantidad que pagamos en dos plazos.

La herramienta está obsoleta y lleva años sin actualizarse. En consecuencia, no es muy flexible y presenta muchos errores. Tuvimos que recurrir con frecuencia al servicio de asistencia en EE. UU. para resolver problemas técnicos. Además, las personas que nos formaron y supervisaron nuestro trabajo con la plataforma fueron cambiando con el tiempo (cabe señalar que, a diferencia de Legato, Gala Choruses cuenta con personal remunerado). También se produjo un cambio en la dirección, lo que provocó complicaciones, ya que el nuevo director intentó cobrarnos por ajustes que entraban dentro del ámbito del mantenimiento. Estas discusiones distaron mucho de ser sencillas y supusieron una gran pérdida de tiempo y energía.

Recibimos muchas quejas de los asistentes al festival, a quienes les resultaba difícil utilizar la plataforma. Pero nosotros mismos no éramos más que usuarios y también teníamos que soportar a diario las limitaciones de esta herramienta obsoleta.

Recomendamos encarecidamente a Legato que invierta en una herramienta específica para Various Voices y otros festivales europeos, financiada por todos los coros, desarrollada por Legato y puesta a disposición de los coros que organicen futuros festivales. Esta herramienta tendría la ventaja de ser local (europea) y podría actualizarse periódicamente. El coste de esta herramienta también se amortizaría más fácilmente si se pusiera a disposición de Legato, Various Voices e incluso de los festivales locales organizados en Europa.

Tarifas del festival

Tarifas para coros

Nuestra política de precios se inspiró en Various Voices Múnich 2018 más que en Bolonia 2023, ya que la situación económica en Bélgica y Alemania es bastante similar.

Las cuotas de inscripción de los coros variaban en función de la fecha de inscripción, el número de miembros y el país de origen. La comparación que figura a continuación muestra que nuestros precios se situaban ligeramente por debajo de la inflación (tendencias de precios de los últimos 8 años), salvo en el caso de los coros más grandes. Mantenemos la decisión de pedir a estos coros que

contribuyan en mayor medida, lo que también nos ha permitido limitar el aumento de los precios para los delegados.

Munich registration fees for choirs - early rate		Munich fees actualised with inflation	Brussels early fees by similar choir size ranges	
mini 1-6	100 €	126 €	80 €	1-5 members
medium 16-35	330 €	415 €	380 €	21-30 members
large 36-55	440 €	553 €	600 €	41-50 members
X-large 56+	550 €	691 €	900 €	51+ members
* inflation sept-16/sept-24 = 25,7%				

Tradicionalmente, los coros pagan una cuota de inscripción en función del número de miembros que participan en el festival. Hemos decidido adoptar otro sistema, inspirado en el Festival Hand in Hand, que reúne a coros de Irlanda y del Reino Unido. La cuota del Hand in Hand se basa en el número total de miembros inscritos de cada coro. Este sistema es más práctico porque tiene más en cuenta la situación económica real del coro. Para muchos coros, resulta difícil estimar el número de miembros participantes con casi dos años de antelación en cualquier caso. Por lo tanto, nos basamos en las cifras comunicadas por cada coro a Legato en el verano de 2024.

En la mayoría de los casos, el sistema funcionó bien. Sin embargo, surgieron problemas con el 12 % de los coros:

- Algunos coros pagaron en función del número de miembros que iban a enviar a Bruselas. A menudo se trataba de un error involuntario (una costumbre adquirida en festivales anteriores).
- Algunos coros declararon un número mucho menor que el comunicado a Legato, alegando que la cifra facilitada a Legato era incorrecta.
- Algunos coros que figuraban con 41 miembros en los datos de Legato pasaron a tener de repente solo 40 en el momento del pago (lo que les situaba en un tramo de precio inferior de nuestra escala de pagos). Esto nos causó una desagradable impresión de falta de honestidad.
- Se contactó con cada coro en esta situación de forma comprensiva para obtener explicaciones y, cuando procedía, el pago del importe pendiente.
- Tras la apertura del plazo de inscripción de los delegados, observamos que tres coros superaban el número de cantantes inscritos para la categoría en la que se habían inscrito. En aras de la equidad hacia los demás coros que pagaron el precio correcto, cobramos a estos coros las cuotas de participación correspondientes a su categoría.

La tabla siguiente muestra la diferencia entre las inscripciones definitivas y lo que habíamos previsto basándonos en los datos de Legato y en la experiencia de festivales anteriores. Gracias al número de coros grandes, superior al esperado, obtuvimos más ingresos de los coros de lo previsto.

	Inscritos	**Previsto**
Grupo de coros de inscripción anticipada 3	**1**	4

Coro para mayores de 51 años, Grupo 2	**3**	6
Coro matutino 31-40 Grupo 2	**1**	
Cuota del coro para principiantes 1-5	**5**	5
Cuota del coro infantil 6-12	**7**	4
Cuota del coro para jóvenes de 13 a 20 años	**16**	23
Cuota de inscripción anticipada para el coro (21-30)	**19**	21
Cuota de inscripción anticipada para el coro (31-40)	**14**	12
Cuota de inscripción anticipada para el coro (41-50)	**12**	13
Cuota de inscripción anticipada para el coro (51 y más)	**28**	21
Cuota del coro normal (1-5)	**1**	1
Cuota del coro regular 6-12	**0**	0
Cuota del coro regular (13-20)	**0**	2
Cuota del coro regular: 21-30	**4**	3
Cuota del coro regular 31-40	**3**	2
Cuota del coro regular 41-50	**0**	1
Cuota del coro regular: 51 o más	**0**	2

A continuación, queremos transmitir algunas observaciones a Legato y a los futuros equipos organizadores:

- Creemos que la comunicación es la clave para el éxito de una campaña de inscripciones. Nuestra comunicación se basó en el número limitado de plazas para coros (120), cuando en realidad el número de plazas nunca había sido tan alto. Sin duda, esto animó a muchos coros a inscribirse más rápidamente.
- Ya sabíamos por festivales anteriores que la mayoría de los coros se inscriben con la tarifa de inscripción anticipada. Es muy importante tener esto en cuenta en el presupuesto. La tarifa de inscripción anticipada para los coros no debería suponer un descuento sobre el coste total del festival. Al contrario, es la tarifa normal la que debería ser superior al coste total del festival, lo que os permitirá recaudar un poco más de dinero.
- Una tarifa normal mucho menos atractiva que la tarifa de inscripción anticipada también supone un poderoso incentivo para que los coros se inscriban pronto, lo cual es esencial para la prefinanciación del festival.

- Es muy importante planificar el presupuesto del festival en función del tamaño del coro, basándose en las inscripciones de ediciones anteriores. Existe una enorme diferencia entre el precio que paga un coro pequeño de 5 personas y uno grande de 60.
- Cobrar un precio significativamente más alto a los coros muy grandes (900 euros para coros con más de 51 miembros, 600 para coros con entre 41 y 50 miembros) es una decisión deliberada por nuestra parte. Consideramos que los coros más grandes podían contribuir en mayor medida al esfuerzo financiero, dado que, en principio, reciben más suscripciones. Se nos señaló que, en comparación con el número de miembros, existía una enorme diferencia entre un coro de 50 miembros y uno de 55. En el futuro, los organizadores del festival podrían plantearse mantener esta gradación progresiva (51-60, 61-70, etc.).
- La decisión de basar nuestra política de precios en el tamaño del coro, en lugar del número de cantantes que participan en el festival, nos pareció más justa para los coros y fue bien acogida. Para evitar cualquier problema, recomendamos que se informe claramente a cada coro del precio que deberá pagar antes de inscribirse.
- Basamos nuestras estimaciones presupuestarias de ingresos en los datos de Legato 2024, convencidos de que eran fiables. Pero, en realidad, no lo son: por un lado, estas cifras fluctúan de una temporada a otra; y, por otro, los responsables de los coros comunicaron al festival en septiembre de 2024 un número de miembros diferente al que habían comunicado a Legato en agosto de 2024. De cara al futuro, es esencial identificar una base sólida para quienes organicen futuros festivales, con el fin de evitar el riesgo de sobreestimar los ingresos.

Tarifas para los delegados

La estructura de precios para los asistentes suscitó un gran debate en nuestro Consejo de Administración. Una de las conclusiones a las que llegaron los miembros de Sing Out Brussels! tras el festival de Bolonia fue que era importante que los precios del festival fueran más inclusivos.

Surgieron tres propuestas: el clásico sistema de «inscripción anticipada/ordinaria/tardía», la propuesta del «festival a la carta» (precio básico y costes adicionales por cada evento, según se elija) y la propuesta del «precio libre y consciente». Ninguna de estas propuestas recibió el apoyo unánime de la Junta Directiva.

Finalmente, nos quedamos con la propuesta de venta anticipada/normal/tardía, pero pusimos en marcha varias soluciones para facilitar la inscripción de los delegados, como la posibilidad de pagar en tres cuotas mensuales o la solicitud del Fondo de Solidaridad (una novedad en nuestra edición del festival).

Al igual que en el caso de los coros, nuestra política de precios se inspiró en Various Voices Munich 2018. Esta comparación muestra que nuestros precios se situaron ligeramente por debajo de la inflación (tendencias de precios de los últimos 8 años).

Munich registration fees for delegates		Munich fees actualised with inflation	Brussels fees
Early rate	160 €	201 €	190 €
Regular rate	190 €	239 €	240 €
* inflation sept-16/sept-24 = 25,7%			

Hubo menos problemas técnicos y consultas por parte de los delegados de lo que nuestro equipo había temido. El tema principal de las consultas se refería a la inscripción de parejas y amigos, que tenían que inscribirse como delegados.

Procedimiento de pago

Para los pagos en la plataforma Integra, el equipo del festival llevó a cabo un estudio de mercado para identificar al proveedor más rentable. Elegimos Stripe porque esta solución de pago ofrece tarifas más bajas que PayPal, además de un servicio de asistencia técnica eficiente y con rápida respuesta. Las estimaciones presupuestarias de los ingresos brutos y netos por inscripciones se basaron en los costes de Stripe. Por lo tanto, los coros y los delegados debían utilizar Stripe con su tarjeta de crédito o débito.

Los costes de Stripe varían en función del país de emisión de la tarjeta de crédito o débito. Al elaborar nuestro presupuesto, incluimos los costes de Stripe en las tarifas para coros y delegados, basándonos en los países representados en Legato, y decidimos ofrecer el mismo precio a coros y delegados, independientemente de su país. Dado que los datos de Legato no siempre se corresponden con la realidad, nos enfrentamos a unos costes más elevados, sobre todo debido a la sobrerrepresentación de coros y delegados del Reino Unido y de coros grandes de Estados Unidos.

País	Tipo de tarjeta	Comisión de Stripe	Divisa comisiones de conversión
Espacio Económico Europeo: Bélgica, Bulgaria, Croacia, Chipre, República Checa, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Hungría, Islandia, Irlanda, Italia, Letonia, Liechtenstein, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Noruega, Polonia, Portugal, Rumanía, Eslovaquia, Eslovenia, España, Suecia.	Estándar	1,5 % + 0,25 €	2 %
	Premium	1,9 % + 0,25 €	2 %
Reino Unido	Estándar	2,5 % + 0,25 €	2 %
Otros países	Estándar	3,25 % + 0,25 €	2 %

A petición de algunos coros, en octubre de 2024 comenzamos a probar el pago mediante domiciliación bancaria SEPA. El principal inconveniente es el retraso. Pasaron unos diez días desde que se realizó el pago hasta que se registró en Integra y llegó a nuestra cuenta. La principal ventaja es el coste. Los gastos de

transacción y conversión son mucho más bajos que con una tarjeta de crédito o débito, tanto para el coro o delegado como para el festival.

Animamos a los coros y delegados de los países de la SEPA a utilizar esta solución de pago, que resulta especialmente interesante para aquellos procedentes de países europeos cuya moneda no es el euro, ya que con la SEPA se reducen los costes de conversión de divisas en comparación con las transacciones con tarjeta de crédito. Las personas de todos los países del Espacio Económico Europeo y del Reino Unido pueden pagar mediante SEPA, incluso si su moneda no es el euro, lo que supone una reducción significativa de los costes de Stripe. Tenga en cuenta que el sistema no funciona con EE. UU. y que tuvimos algunos problemas con los pagos procedentes de determinados países (Polonia y el Reino Unido, en particular).

También estudiamos soluciones comerciales para el pago a plazos, con el fin de permitir a los delegados fraccionar el pago de la cuota de inscripción y, de este modo, aliviar el coste del festival. Estas soluciones nos parecieron excesivamente costosas. Al final, optamos por la opción de «suscripción» de Stripe, que se puede adaptar para permitir el pago a plazos. Este método de pago resultó útil para los delegados que lo necesitaban, pero requirió mucho trabajo manual, ya que no fue posible adaptar INtegra para gestionar estos pagos. **239** delegados utilizaron esta opción.

Esta información es de carácter técnico, pero importante para futuros equipos organizadores. Es fundamental incluir en las previsiones presupuestarias los costes de transacción, que pueden ser muy elevados. Por ejemplo, cuando un coro estadounidense paga 900 € por su inscripción más 18 € de comisión por cambio de divisa, Stripe se queda con 30 €, y el festival solo recibe 870 €. Aconsejamos al próximo equipo organizador que considere la posibilidad de establecer las tarifas para coros y delegados en función de su país, con el fin de compensar con precisión los costes de las transacciones.

Cancelaciones

Una de las primeras tareas que llevó a cabo nuestro equipo organizador fue redactar los Términos y Condiciones del festival. Este documento administrativo establece, entre otras cosas, qué ocurre en caso de que se cancele el festival o de que un coro o un delegado se retire del mismo. Este documento también estipulaba que estaba prohibida la transferencia de inscripciones de un delegado a otro, una medida que nos recomendaron tanto Gala Choruses como equipos organizadores anteriores, por motivos de privacidad y para garantizar la trazabilidad de las inscripciones en la plataforma.

A la hora de redactar estos Términos y Condiciones, que fueron firmados por todos los coros y delegados en el momento de la inscripción, nos inspiramos en los Términos y Condiciones de Múnich y Bolonia, así como en un modelo de documento facilitado por MCI, la empresa organizadora de congresos con la que colaboramos al inicio del proyecto.

A todos los coros que cancelaron su participación (14) se les reembolsó de conformidad con estos Términos y Condiciones (el 75 % de la cuota de inscripción

para las cancelaciones antes del 31 de diciembre de 2024, el 50 % antes del 31 de diciembre de 2025 y nada a partir del 1 de enero de 2026).

Todos los delegados que cancelaron su participación también recibieron un reembolso de acuerdo con estos Términos y Condiciones (el 75 % de la cuota de inscripción para las cancelaciones antes del 30 de junio, el 50 % antes del 31 de marzo de 2026 y nada a partir del 1 de abril de 2026). Una minoría de ellos optó por donar el importe reembolsado al Fondo de Solidaridad del Festival.

Registramos **233** cancelaciones. Esta elevada cifra supuso una sorpresa para nuestro equipo. El impacto en el presupuesto del festival es considerable. Los motivos de la cancelación son diversos (razones económicas, motivos de salud, abandono de un coro, etc.). En general, estos trámites de cancelación se desarrollaron sin problemas. Siempre hemos velado por el estricto cumplimiento de nuestros Términos y Condiciones, incluso en los contados casos en los que nos hemos enfrentado a disputas (malentendidos sobre la prohibición de transferir la inscripción a otra persona, disputas sobre el porcentaje de las cuotas de inscripción retenidas por el festival, quejas de unas pocas personas que se habían inscrito antes del 30 de junio pero no habían abonado sus cuotas de inscripción y cuyas cuotas, por lo tanto, se ajustaron a la tarifa normal). A partir del 31 de marzo de 2026 ya no fue posible realizar más reembolsos. Recibimos algunas quejas al respecto, pero era realmente crucial para el presupuesto del festival, que necesitaba estabilidad a medida que se acercaba la fecha del evento.

Para evitar debates interminables sobre casos individuales que puedan o no justificar un reembolso, solo podemos recomendar que los futuros equipos organizadores presten mucha atención a la redacción de sus propios Términos y Condiciones.

Programa de apoyo

Legato proporciona al equipo organizador de cada festival una lista de los países que pueden acogerse a lo que Legato denomina el «Programa de Apoyo». El Programa de Apoyo define tres grupos de países. Los países del Grupo 3 reciben apoyo completo (inscripción gratuita para el coro y los delegados, y cobertura de los gastos de transporte, alojamiento y manutención). En Bruselas, solo el coro ucraniano cumplía los requisitos. Los países del Grupo 2 reciben apoyo parcial (inscripción a tarifa reducida para el coro y los delegados). En Bruselas, los coros de Polonia, Estonia y la República Checa cumplían los requisitos. Los países del Grupo 1 no reciben ningún apoyo.

Para definir la lista de países que pueden optar al Programa de Apoyo, Legato utiliza el Índice Arcoíris y el Índice de Desarrollo Humano. No reconocemos la pertinencia de estos índices a la hora de elaborar un programa de apoyo financiero, ya que ninguno de ellos tiene en cuenta los factores que determinan la capacidad financiera de los coros y los delegados. Nos referimos a indicadores como el coste de la vida, el poder adquisitivo, la tasa de desempleo o los salarios medios. Por ejemplo, España obtiene una buena puntuación en los dos índices utilizados por Legato, pero tiene la tasa de desempleo más alta de la Unión Europea.

A raíz de las quejas recibidas de los coros españoles e italianos, y tras la cancelación —por motivos económicos— del único coro esloveno que se había inscrito, decidimos llevar a cabo un análisis financiero detallado.

En la tabla que figura a continuación, hemos adaptado el precio de la tarifa de inscripción anticipada para delegados (190 €) según el índice de nivel de precios de los países[1] . Podemos observar que la participación en el festival cuesta el doble a un delegado español que a uno estonio, tras aplicar las reducciones del Programa de Apoyo. Los países en amarillo son aquellos que se benefician actualmente del Programa de Apoyo. Esto parecería indicar que algunos países (Italia, España y Eslovenia) tienen una gran necesidad de apoyo.

	Corregido con el índice de nivel de precios
Estonia	**101**
Suiza	**103**
Portugal	**111**
Islandia	**113**
Chequia	**115**
Estados Unidos	**128**
Irlanda	**131**
Croacia	**132**
Dinamarca	**133**
Noruega	**140**
Reino Unido	**144**
Finlandia	**149**
Polonia	**150**
Países Bajos	**155**
Suecia	**156**
Bélgica	**160**
Austria	**161**
Alemania	**173**
Francia	**177**
Italia	**191**
España	**202**
Eslovenia	**209**

También hemos evaluado el coste de asistir al festival en relación con la renta disponible ajustada[2] . Aquí también podemos observar que la participación en el festival supone un coste mucho mayor para los delegados italianos, españoles y eslovenos. Con la excepción de Portugal, los demás países que actualmente forman parte del Programa de Apoyo necesitarían un mayor apoyo.

	% de la renta disponible ajustada
Noruega	4,12 %
Suiza	4,43 %

[1] Utilizando el conjunto de datos de Eurostat «Paridades de poder adquisitivo (PPA), índices de nivel de precios y gastos reales para los agregados del SEC 2010» [prc_ppp_ind]

[2] Utilizando el conjunto de datos de Eurostat «Transacciones no financieras: datos anuales» [nasa_10_nf_tr]

Dinamarca	5,81 %
Suecia	5,93 %
Portugal	6,11 %
Irlanda	6,58 %
Alemania	6,62 %
Finlandia	6,75 %
Países Bajos	6,79 %
Bélgica	7,00 %
Francia	7,05 %
Austria	7,12 %
Chequia	7,55 %
Estonia	8,61 %
Croacia	8,83 %
Italia	8,93 %
Polonia	9,31 %
España	10,35 %
Eslovenia	11,66 %

Aunque hemos recibido pocos mensajes directos sobre nuestra política de precios, tenemos la impresión de que varios coros y delegados consideraron que los precios del festival de Bruselas eran demasiado elevados. Esta percepción debe analizarse en el contexto de las cifras anteriores, que muestran que el coste de la inscripción en el festival no tiene el mismo impacto en el presupuesto personal dependiendo del país de residencia.

Por lo tanto, formulamos las siguientes recomendaciones a Legato:

- Legato debería informar de forma proactiva a los coros afectados de cualquier cambio en la lista de países que pueden acogerse al Programa de Apoyo. La lista la elabora Legato, no los organizadores del festival. Esto evitará malentendidos y proporcionará información clara a los coros antes de que comience el proceso de solicitud.
- Teniendo en cuenta el número de cancelaciones y el número de coros que no se inscribieron, parece que el Programa de Apoyo de Legato no se adapta a la realidad de los coros. Algunos de los coros del Grupo 1 cuentan con presupuestos muy reducidos, ya sea porque llevan poco tiempo en activo o porque se dirigen a un público queer con recursos económicos limitados. Otros coros se enfrentan a enormes gastos para desplazarse al festival debido a la distancia que hay que recorrer. Paralelamente al Fondo de Solidaridad creado por nuestra asociación para el festival de Bruselas con el fin de apoyar económicamente a los delegados del Grupo 1, creemos que sería interesante crear un Fondo de Solidaridad interno de Legato para apoyar económicamente a los coros del Grupo 1 que no puedan permitirse las cuotas de inscripción. Esto mejoraría enormemente la diversidad del festival.
- A la luz de las tablas anteriores, invitamos a la Junta Directiva de Legato a reevaluar los índices en los que se basa el Programa de Apoyo. Dichos índices deben tener en cuenta los factores que determinan la capacidad económica de los coros y los delegados, con el fin de establecer la lista de países elegibles.
- Legato debería desempeñar un papel más activo en el Programa de Apoyo, recaudando recursos para financiar el programa en general y para satisfacer demandas específicas en particular. Parece muy importante aumentar la diversidad de los participantes.

Por último, hemos recibido solicitudes de ayuda de coros asiáticos y de un coro mexicano (para cubrir los gastos de transporte y/o reducir las cuotas de inscripción). Es importante recordar que el festival se autofinancia íntegramente. Es financieramente imposible proporcionar la ayuda solicitada a estos coros, ya que se correría el riesgo de poner en peligro la organización del festival. El presupuesto del Programa de Apoyo (financiado íntegramente por las cuotas de inscripción de los coros y los delegados) cubre la totalidad de los gastos de viaje de los coros del grupo 3. En este grupo no hay ningún país no europeo. Hemos informado a estos otros coros de la existencia del Fondo de Solidaridad (véase más abajo) y les hemos invitado a organizar sus propias actividades de recaudación de fondos con el fin de reducir sus gastos de viaje.

También corresponde a la Junta Directiva de Legato decidir si se amplía o no el Programa de Apoyo a países fuera de Europa, teniendo en cuenta el impacto en el presupuesto de futuros festivales.

Fondo de Solidaridad

El Programa de Apoyo de Legato solo tiene en cuenta las diferencias entre países. Sin embargo, sabemos que existen grandes diferencias en cuanto a la capacidad económica entre regiones y, especialmente, entre grupos sociales y personas.

Por primera vez en la historia de Various Voices, para tener en cuenta estas numerosas dificultades, se ha creado un Fondo de Solidaridad destinado a reducir las cuotas de inscripción de los delegados del Grupo 1 que se enfrentan a dificultades económicas.

Este Fondo de Solidaridad fue una iniciativa de nuestro equipo de Bruselas, que situó la inclusividad financiera del evento en el centro de su labor. Se financió mediante donaciones de coros, delegados y miembros del público al comprar entradas, así como a través de actividades de recaudación de fondos.

En el momento de la inscripción, al mostrarse las tarifas, se ofrecía a los delegados la posibilidad de beneficiarse del Fondo de Solidaridad si el importe de la cuota de inscripción suponía un obstáculo para ellos. En ese caso, se pedía al delegado que pagara una tarifa reducida (el mismo precio que los delegados del Grupo 2). Nuestro objetivo era brindar a cada delegado el mismo apoyo, hasta un máximo de 95 €.

Logramos este objetivo: pudimos prestar apoyo a los **225** delegados que lo solicitaron (el 5,6 % de los delegados). El importe total de las ayudas ascendió a 21 375 €. Dado que el Fondo de Solidaridad había recaudado 29 837 €, el excedente (8 462 €) se destinó a financiar mejoras en materia de accesibilidad (véase el capítulo «Accesibilidad»).

Esta cantidad procede principalmente de la generosidad de los delegados. Uno de cada cinco delegados realizó una donación, con un promedio de 22 €. Sus donaciones representan el 57 % de los ingresos del Fondo de Solidaridad. El evento de recaudación de fondos «Brussels In Harmony», celebrado en marzo de 2026 con los cuatro coros LGBTQI+ con sede en Bruselas, recaudó el 23 % de los ingresos del Fondo de Solidaridad. El resto procede principalmente de donaciones de los coros.

Cabe señalar que los delegados italianos y españoles fueron, en porcentaje respecto al número de delegados de estos países, los que más necesitaron la ayuda del Fondo de Solidaridad. El 34 % de los delegados italianos y el 31 % de los españoles solicitaron ayuda, lo que confirma que estos dos países deberían incluirse en el Programa de Apoyo.

Dado el éxito de esta iniciativa, no podemos sino animar a los futuros equipos organizadores a que creen su propio Fondo de Solidaridad.

Alojamiento

Encontrar alojamiento para los asistentes al festival no formaba parte de las competencias de nuestro equipo organizador. Sin embargo, conscientes de que el coste del alojamiento podía suponer un obstáculo para asistir al festival, intentamos ofrecer soluciones a través de dos opciones: alojamiento asequible para nuestros asistentes y alojamiento en familias de acogida.

En 2024, formalizamos una colaboración con Brussels Booking Desk (BBD), que había creado una plataforma de reservas hoteleras para el «Rendez-vous à Bruxelles» a título de prueba . BBD creó una plataforma más amplia para el festival con el fin de permitir reservas individuales o en grupo a tarifas ventajosas. Sin

embargo, esta selección de hoteles seguía siendo demasiado cara para la mayoría de nuestros asistentes, que a menudo buscaban mejores ofertas por su cuenta o negociaban directamente con los hoteles.

La valoración realizada por BBD, más acostumbrada a gestionar eventos tipo conferencia, es, no obstante, positiva: se realizaron **170** reservas a través de la plataforma, con una estancia media de 4 noches, a un precio medio de 196 € (desayuno incluido). Todos los hoteles reservados se encontraban a menos de 5 minutos a pie de Bozar. BBD recibió numerosas consultas de grupos, pero estas se referían principalmente a albergues juveniles, con los que la plataforma no trabaja.

Al mismo tiempo, decidimos ofrecer alojamiento en familias de acogida, dando prioridad a los miembros del coro ucraniano, seguidos de los delegados de los coros del Grupo 2 de Legato y, por último, al resto de miembros. Confiamos en nuestra capacidad para encontrar un número suficiente de familias de acogida.

Al final, esto resultó ser mucho más difícil de lo previsto. Sin duda, habíamos subestimado la duración del festival (cuatro noches) y la disponibilidad de habitaciones en una gran ciudad donde la mayoría de la gente vive en pisos pequeños. Contábamos en gran medida con el apoyo de la red de organizaciones LGBTQI+ de Bruselas, que, lamentablemente, resultó ser de poca ayuda (apenas se difundieron nuestras convocatorias de voluntarios). Al final, cerramos el plazo de solicitudes de alojamiento en diciembre de 2024, momento en el que contábamos con casi 50 solicitudes y solo unas 20 familias de acogida disponibles.

Emparejar a los huéspedes con los anfitriones resultó entonces especialmente difícil, dado el número de peticiones específicas (alergias a mascotas, necesidades de accesibilidad, el deseo de compartir habitación con una persona concreta o, por el contrario, de no compartirla). A medida que avanzábamos en este proceso de emparejamiento, descubrimos que muchos asistentes al festival habían encontrado entretanto alojamiento por su cuenta. Algunos nunca respondieron a nuestro primer contacto. Una vez completada la asignación, algunos asistentes al festival se echaron atrás porque el alojamiento estaba demasiado lejos del centro de la ciudad o decidieron alquilar una habitación en un hotel sin informar al anfitrión. En el último momento, tuvimos que reasignar el alojamiento a alguien cuyo anfitrión le había enviado mensajes con insinuaciones sexuales...

En definitiva, el tiempo dedicado a gestionar este alojamiento es inversamente proporcional a su impacto en el festival, ya que al final solo se alojaron 29 personas.

Aunque esto es obviamente beneficioso para quienes se benefician de ello, instamos al próximo equipo organizador a que se lo piense dos veces antes de organizar el alojamiento en casas particulares, dada la considerable cantidad de tiempo y esfuerzo que supone encontrar y asignar los alojamientos. En los países donde sea posible, recomendamos asociarse con una organización dedicada a la acogida. En algunos países (principalmente los de habla inglesa), a menudo hay alojamiento disponible en las universidades. Este no es el caso en Bélgica.

Transporte

En otoño de 2025 acordamos una colaboración con Eurostar. La tarifa «Conference» estaba disponible para los asistentes al festival, cuyos datos debía introducir manualmente el equipo del festival en la página web de Eurostar. 762 personas rellenaron el formulario específico y 360 realizaron efectivamente la reserva en la página web de Eurostar. La tarifa «Conference» estuvo disponible en torno a las fechas del festival. A pesar de nuestras peticiones, no recibimos ninguna estadística de Eurostar sobre el número de reservas realizadas.

También establecimos una colaboración con el Grupo Lufthansa, al que pertenece Brussels Airlines. A partir de mediados de julio de 2025, los delegados tuvieron a su disposición una plataforma de reservas con vuelos con descuento. Esta plataforma no estaba gestionada por el equipo del festival. Se ofrecían precios reducidos a los asistentes al festival en torno a las fechas del mismo. A pesar de nuestras solicitudes, Lufthansa no nos ha facilitado ninguna cifra sobre el número de reservas realizadas.

Sedes del festival

Espacios cubiertos

Desde el inicio del proyecto, queríamos celebrar el festival en el centro de Bruselas para facilitar los desplazamientos de los asistentes y garantizar que la ciudad se beneficiara del impacto económico del festival.

En nuestra candidatura, propusimos celebrar el festival en el Square Meeting Centre y en el Bozar. El Square Meeting Centre es ese gran edificio cuadrado con fachada acristalada que sin duda habrás visto en el Mont des Arts, a un paso del Bozar, con el que está conectado mediante un túnel.

El Bozar cuenta con dos salas de conciertos principales. El Square dispone de tres salas de conferencias y multitud de salas más pequeñas que podrían haberse utilizado como camerinos, salas de reuniones o espacios de ensayo. También había disponible un amplio espacio en el interior para acoger la «Festival Village» y las fiestas nocturnas. Esta solución, la más práctica en términos de accesibilidad y centralización del evento, nos había parecido viable desde el punto de vista financiero a juzgar por los presupuestos recibidos cuando presentamos nuestra candidatura. Visitamos el Square en varias ocasiones y establecimos excelentes contactos con los responsables.

Por ello, nos llevamos una desagradable sorpresa cuando, en enero de 2024, recibimos los presupuestos revisados, que incluían gastos de seguridad, de personal y otros gastos asociados que no se nos habían comunicado inicialmente. El coste de The Square (468 000 euros) era más del doble que el de Bozar (200 000 euros). El coste combinado representaba más del 50 % del presupuesto total del festival.

Al mismo tiempo, nuestra directora musical, Emily Allison, que había visitado el recinto, nos advirtió de que las salas de Square son salas de conferencias, no salas de conciertos. No son adecuadas para conciertos y, desde luego, tampoco para conciertos corales. Existía un alto riesgo de que los costes técnicos de acondicionar estas salas resultaran prohibitivos, sin garantía alguna de una experiencia óptima para los coros.

A esto le siguió un contratiempo en otro frente. En diciembre de 2023, la Unión Europea rechazó una solicitud de subvención que habíamos tardado semanas en preparar. Se trataba de una cuantiosa suma (400 000 €) destinada a financiar un proyecto para crear una herramienta de sensibilización sobre la inclusión LGBTQI+ en los coros europeos, en colaboración con Legato y RainbowHouse Brussels. Esta subvención también estaba destinada a financiar algunos de los eventos del festival (en particular, el gran escenario al aire libre para el espectáculo «Let your heart be heard»), así como un puesto de trabajo en RainbowHouse para apoyar la preparación del festival. Este duro golpe nos llevó a replantearnos nuestro presupuesto y nuestras previsiones de subvenciones.

Por eso decidimos buscar alternativas, sin renunciar a nuestro objetivo de celebrar el festival en el centro de la ciudad, en espacios accesibles.

Tras contactar o visitar cerca de 20 recintos diferentes, la elección recayó finalmente en el Bozar (Salle Henry Le Boeuf —1 800 butacas— y Salle M —465 butacas—), el Cirque Royal (1 700 butacas), la Madeleine (740 butacas) y el Auditorium 490 (Museos Reales de Bellas Artes, 490 butacas). También aprobamos el alquiler de C12, la discoteca situada debajo de la Estación Central, para celebrar las fiestas.

Aunque esto aumentó el número de recintos, tenía la ventaja de mantener el festival en el centro de la ciudad, en recintos a los que se podía llegar fácilmente en pocos minutos. Al mismo tiempo, también aprobamos el principio de organizar los conciertos de 30 minutos en cuatro recintos en lugar de cinco, con el fin de reducir nuestros costes y evitar el efecto de «recinto vacío», dado que no todos los asistentes al festival acuden a todos los conciertos. Esto también redujo el coste total de los recintos a unos 300 000 €, lo que supone la mitad de lo que nos habría costado alquilar Square y Bozar.

Firmamos todos los contratos entre junio y noviembre de 2024. Teniendo en cuenta la dificultad de prefinanciar el festival, ya que en aquel momento no sabíamos con qué rapidez se inscribirían los coros, negociamos y obtuvimos el siguiente acuerdo financiero con el fin de escalonar los pagos y mantener el presupuesto del festival bajo control: un 10 % a la firma, un 15 % en enero de 2025, un 25 % en junio de 2025 y un 50 % en mayo de 2026.

En marzo de 2025, a petición de los directores artísticos y técnicos del festival, decidimos alquilar estas sedes un día más (D-1) para instalar el equipo técnico. Esta inversión, necesaria tanto para la comodidad de nuestros equipos como de los coros, supuso naturalmente un aumento del presupuesto del festival y fue posible

gracias a la revisión al alza de nuestras previsiones de inscripciones de delegados (de 3 500 a 4 000).

Por último, alquilamos varias salas pequeñas pertenecientes a la RainbowHouse de Bruselas, así como la sala de ensayos habitual de Sing Out Brussels. Estas salas estaban disponibles para su alquiler por parte de los coros que desearan realizar ensayos durante el festival.

Espacios al aire libre y planes alternativos

Nuestra propuesta de candidatura también incluía planes para organizar varios conciertos al aire libre, en particular en el Barrio Europeo o en la Grand-Place. Al no haber podido obtener los permisos para estos proyectos, centramos nuestra atención en la Place de l'Albertine, a los pies del Mont des Arts , donde cada año se instala el escenario del Orgullo de Bruselas. La plaza se encuentra cerca del Bozar y del resto de recintos del festival.

El objetivo era celebrar allí el espectáculo «Royalties» el viernes y el espectáculo «Let Your Heart Be Heard» el sábado, reservando el jueves para el montaje. Dado que ningún recinto del centro de Bruselas es lo suficientemente grande como para acoger a 4.000 personas, nos pareció una buena idea reunir a todos los asistentes al festival frente a este escenario al aire libre.

Para este proyecto, dado su impacto en la visibilidad del festival dentro de la ciudad, colaboramos con visit.brussels, entidad encargada de promover el turismo en Bruselas. A finales de junio de 2024, visit.brussels confirmó que el recinto al aire libre estaba ya reservado por el Ayuntamiento. Nuestro director artístico, Simon Paco, se puso en contacto con el equipo de visit.brussels y con su asesor técnico, Step in Live, para definir todos nuestros requisitos técnicos. Lamentablemente, este asesor tardó mucho en facilitarnos los presupuestos. A pesar de nuestra insistencia durante más de un año, no recibimos ningún presupuesto hasta principios de junio de 2025.

Habíamos presupuestado 200 000 € para el escenario al aire libre del Mont des Arts. El precio que recibimos rondaba los 300 000 €, debido principalmente al aumento vertiginoso de los costes de seguridad (que representaban un tercio de este importe). Aunque limitáramos el escenario al aire libre a un solo día en lugar de dos, el precio seguía siendo prohibitivo, sobre todo porque este presupuesto no tenía en cuenta una serie de costes adicionales. Por lo tanto, tomamos la difícil decisión de abandonar el proyecto del escenario al aire libre.

A menos de un año del festival, tuvimos que poner en marcha rápidamente el Plan B. Decidimos trasladar el espectáculo previsto para el viernes 26 de junio en el escenario al aire libre al Cirque Royal, para ofrecer una doble función, y alquilar La Madeleine un día más (el viernes) para programar allí conciertos de 30 minutos en lugar de en el Cirque Royal. Trasladamos el evento previsto para el sábado 27 de junio al ING Arena, que es la sala de conciertos más grande de Bruselas. El recinto está lejos del centro de la ciudad, pero pensamos que podría resultar atractivo para los asistentes al festival, ya que se encuentra a un paso del Atomium, uno de los monumentos más emblemáticos de nuestra ciudad, y también porque recordábamos la agradable experiencia de los conciertos alrededor de un lago, a

las afueras de la ciudad, en el Various Voices Munich 2018. El evento del sábado se convirtió en el único en el que fue posible reunir a todos los asistentes al festival en un mismo lugar y al mismo tiempo. En julio de 2025, firmamos el contrato y abonamos el importe total del alquiler del ING Arena. Al final, el coste total de los recintos ascendió a 387 000 €, mientras que el coste combinado de alquilar Square, Bozar y el escenario al aire libre habría sido de casi un millón de euros. No habríamos podido financiarlo sin aumentar significativamente las cuotas de inscripción de los asistentes al festival.

Además de ahorrarnos dinero, esta ubicación también disipó algunas de nuestras preocupaciones: la accesibilidad estaba garantizada (asientos, algo que no era posible al aire libre), los riesgos meteorológicos eran limitados y era posible vender entradas al público, lo cual era vital para nosotros y algo incierto al aire libre, ya que no sabíamos si el Ayuntamiento de Bruselas nos concedería permiso para privatizar el espacio público con el fin de organizar un evento de pago. Ahora que conocemos las circunstancias en las que se celebró el festival, está claro que esta decisión fue la mejor, ya que cualquier evento al aire libre habría tenido que cancelarse automáticamente debido a la tormenta que se avecinaba ese día.

Dado que el proyecto de la plaza se había descartado, también buscamos una ubicación alternativa para el Village. Nuestra primera opción fue instalarlo en la Place du Musée (el gran aparcamiento situado frente al Auditorium 490). Al igual que en el caso del escenario al aire libre, los costes propuestos por visit.brussels y Step in Live triplicaban con creces lo que habíamos previsto (70 000 € en lugar de 20 000 €). Buscamos alternativas al espacio previsto para reducir nuestros costes. Visit.brussels nos ofreció finalmente la alternativa de acoger el Village en sus instalaciones, permitiéndonos utilizar la Cour d'honneur, la Salle des Guichets y otras salas para alojar a nuestros voluntarios y a la oficina del festival. Esta solución tenía la ventaja de estar situada en el centro con respecto a los recintos del festival y de resultar mucho más económica en términos de seguridad, ya que no era necesario vigilar el Village por la noche, cuando la puerta de la Cour d'honneur permanece cerrada. Esto redujo el coste del Village a 40 000 €.

Nos gustaría que los futuros equipos organizadores supieran que estas decisiones no fueron fáciles de tomar. Demuestran que existe una brecha significativa entre nuestros sueños y la realidad. Nos causaron mucho estrés e incertidumbre sobre cuál era la mejor forma de actuar. Sin embargo, nos mantuvimos fieles a nuestro objetivo original: recintos céntricos y costes controlados. Hay que ser capaz de adaptarse, de tomar decisiones dando prioridad a los intereses de los asistentes al festival y de mantener las decisiones tomadas.

El proyecto «Let Your Heart Be Heard»

Estábamos convencidos de la importancia de organizar un momento de canto colectivo durante el festival. Esto también respondía a una fuerte demanda expresada por los coros participantes. En Dublín, en 2014, se formó un coro especial para el festival. En Múnich, en 2018, interpretamos juntos la «Carmina Burana» de Carl Orff. En Bolonia, en 2023, cantamos «I Am What I Am» para clausurar el concierto de gala. Queríamos diferenciarnos y ofrecer algo nuevo: una pieza compuesta especialmente para el festival.

Le pedimos a Simon Finn, antiguo miembro de Sing Out Brussels! y ahora miembro de los Pink Singers, que compusiera una canción titulada «Let Your Heart Be Heard», que es el lema del festival de Bruselas. Ya conocíamos el trabajo de Simon de cuando Sing Out Brussels! realizó una grabación de estudio y un videoclip de su composición «In These Heels», una canción escrita a raíz de la masacre homófoba ocurrida en una discoteca de Orlando en 2016.

Simon Finn participó en una reunión sobre la identidad del festival, lo que le ayudó a dar forma a la canción como una pieza coral positiva, divertida y liberadora, no solo para reunir físicamente a nuestros coros, sino también para simbolizar la alegría de cantar juntos y nuestros sueños compartidos.

Le pedimos a Philippe Maniez que hiciera el arreglo de la canción para coros. Compositor, baterista, arreglista y profesor, Philippe Maniez ya había arreglado varias canciones para Sing Out Brussels!, incluida «In These Heels». Philippe Maniez escribió el arreglo en varios formatos (a 4, 8 y 16 voces). Recibimos las partituras y las grabaciones de audio de las partes vocales por separado.

Estos recursos se compartieron con los coros y los asistentes al festival a partir de mayo de 2025. Invitamos a todos los coros participantes a aprender la canción como preparación para el festival « », con el objetivo de interpretarla juntos al final del espectáculo «Let Your Heart Be Heard» en el ING Arena. Como queríamos que el festival estuviera abierto a la ciudad y a sus habitantes, decidimos involucrar a coros de Bruselas y de toda Bélgica, invitándoles a aprender la canción y a cantarla con nosotros. El objetivo del proyecto no era solo musical. También queríamos proporcionar a los coros belgas buenas prácticas y herramientas para promover la inclusión de las personas LGBTQI+.

Teníamos grandes ambiciones, pero, por desgracia, la respuesta fue escasa. ¿Se debió a prejuicios contra el carácter LGBTQI+ del proyecto? ¿A la falta de interés, dadas las apretadas agendas de los coros? ¿A la propia canción? ¿Al temor a eclipsar los proyectos de otros coros? ¿A la falta de conocimiento sobre el festival «Various Voices», que es prácticamente desconocido fuera de la comunidad coral LGBTQI+ europea? No lo sabemos.

Intentamos en numerosas ocasiones establecer una colaboración con «A Choeur Joie», la Federación Belga Francófona de Coros Aficionados, sin éxito (incluso recibimos una respuesta con tintes homófobos). Tuvimos más éxito con Koor & Stem, su equivalente flamenco, cuyo equipo respondió con entusiasmo. Establecimos una colaboración con esta organización, que ha ayudado a financiar nuestros proyectos de comunicación y ha desempeñado un papel activo en la difusión del proyecto dentro de su red.

En septiembre de 2025, Sing Out Brussels! grabó la canción en el estudio y rodó un videoclip, con tres objetivos en mente:

- Involucrar activamente a los miembros de Sing Out Brussels! en los preparativos del festival
- Disponer de una potente herramienta de comunicación para los asistentes al festival, el público en general y todos nuestros socios potenciales.
- Animar a los asistentes al festival a aprender este himno como preparación para el evento.

El proyecto fue coproducido por las organizaciones sin ánimo de lucro Various Voices Brussels 2026 y Sing Out Brussels!. La directora musical del festival, Emily Allison, supervisó el encargo y las correcciones del arreglo realizado por Philippe Maniez. También seleccionó a los músicos, dirigió al coro y aprobó la mezcla final. El director artístico del festival, Simon Paco, reunió a un pequeño equipo de voluntarios del propio coro para desarrollar el guion del vídeo, en colaboración con La Horde Productions, una productora audiovisual con sede en Bruselas dirigida por personas queer, y supervisó el rodaje y el montaje del vídeo.

El coro Sing Out Brussels! aprovechó este proyecto para fomentar la integración de sus nuevos miembros, reclutados durante el verano de 2025. Cada candidato a la audición tuvo que aprender la canción «Let Your Heart Be Heard». Los primeros ensayos de la temporada se dedicaron a este proyecto, lo que generó expectación en torno al festival.

La grabación en estudio y el rodaje del vídeo tuvieron lugar durante el mismo fin de semana de septiembre de 2025. La canción se grabó en una tarde en el Jet Studio de Bruselas, con el equipo de rodaje presente. Al día siguiente, rodamos el vídeo en varios lugares emblemáticos de la ciudad (la Grand-Place, La Bourse de Bruxelles, el Parque de Bruselas y el barrio de Saint-Jacques).

La canción se publicó a finales de octubre en todas las plataformas musicales (Spotify, Apple Music, etc.), donde sigue estando disponible. El vídeo se publicó a mediados de noviembre y se compartió ampliamente en YouTube y en nuestras redes sociales.

Presentamos varias solicitudes de subvenciones públicas para este proyecto y recibimos apoyo de la Fédération Wallonie-Bruxelles (Igualdad de Oportunidades), la Lotería Nacional y Rainbow Visibilities, un proyecto conjunto gestionado por la Cocof (Comunidad Francófona de Bruselas) y RainbowHouse Brussels. La cantidad recaudada cubrió todos los costes (aproximadamente 15 000 €) de este proyecto, que, por lo tanto, no supuso ningún gasto ni para las dos asociaciones ni para los asistentes al festival.

El proyecto «Let Your Heart Be Heard» continuó en 2026, como preludio del festival. Cerramos un acuerdo de colaboración con Bozar para organizar ensayos previos al festival, con el objetivo de que la gente de Bruselas se animara a cantar.

Se celebraron tres ensayos en abril, mayo y junio de 2026 en el escenario de la magnífica Sala Henry Le Boeuf. Establecimos un sistema de inscripción para estos ensayos, con una cuota simbólica de 5 €, ya que el objetivo no era obtener beneficios. Todo el mundo era bienvenido, independientemente de su experiencia previa. Se inscribieron 85 personas en los ensayos, a cada uno de los cuales asistieron unas 50 personas, incluidos miembros de Sing Out Brussels!, que estaban allí para ofrecer apoyo y ayudar en el proceso de aprendizaje. Los participantes procedían de diversos ámbitos: coros de Bruselas, la comunidad LGBTQI+... Algunos nunca habían cantado en un coro y realmente les gustó la experiencia.

En un principio, el plan era que estas personas interpretaran el himno desde el público el 27 de junio, pero dado su compromiso y los lazos que se fueron creando entre ellos y con nosotros, les invitamos a subir al escenario de la ING Arena. Treinta

personas aprovecharon esta oportunidad para interpretar este himno tan impactante como aliados, junto a nuestros coros LGBTQI+.

Una vez más, este proyecto participativo no supuso ningún coste para los asistentes al festival. Bozar proporcionó la sala de ensayos y también pagó a la directora musical, Emily Allison. RainbowHouse Brussels incluyó uno de nuestros ensayos en el programa de la Semana del Orgullo de Bruselas en mayo, lo que nos permitió conseguir financiación para cubrir los honorarios del pianista.

Aunque el proyecto participativo solo llegó a un número limitado de personas, contribuyó en gran medida a abrirnos las puertas a la cobertura mediática. Concedimos varias entrevistas de radio sobre este proyecto gracias a nuestra estrategia de comunicación centrada en «el coro más grande jamás visto en Bruselas» (véase la sección «comunicación»).

Al mismo tiempo, una encuesta reveló que entre los coros inscritos en el festival había poco entusiasmo por aprender la canción, por diversas razones (dificultades para los coros que no eran SATB a la hora de aprender la pieza, excesiva complejidad, falta de tiempo). Por ello, nuestra directora artística y nuestro director musical se pusieron en contacto con los coros que tenían previsto actuar durante el espectáculo «Let Your Heart Be Heard» para animarlos a aprender la canción, cosa que la mayoría de ellos hizo.

Durante el festival, Emily Allison dirigió dos ensayos celebrados en el Bozar, cada uno de los cuales reunió a un centenar de participantes para una sesión de canto en grupo.

El himno fue interpretado por Sing Out Brussels! en la ceremonia de inauguración y, posteriormente, el 27 de junio en el ING Arena por unos 500 cantantes repartidos por el escenario y los pasillos laterales.

Este proyecto nos ha exigido mucho tiempo y energía. Lamentamos que no haya suscitado más entusiasmo, ni entre los coros de Bruselas ni entre los inscritos en el festival, lo que contrasta con las peticiones de muchos asistentes al festival de que se les ofreciera la oportunidad de cantar en grupo. No obstante, estamos muy satisfechos con el alto nivel con el que se llevó a cabo este proyecto, su repercusión mediática y el papel que desempeñó a la hora de impulsar la motivación de los miembros de Sing Out Brussels! de cara al festival.

Comunicación

Identidad gráfica

Desde el principio, quisimos dotar a nuestro festival de una identidad sólida. Dedicamos mucho esfuerzo a identificar los valores que deseábamos promover: interacción, creatividad, inclusión, alegría, sostenibilidad, apertura, defensa de causas, solidaridad y diversidad.

Para desarrollar la identidad visual del festival, decidimos colaborar con Kidnap Your Designer (KYD), una empresa dirigida por personas queer y especializada en

eventos culturales. Pudimos contar con la inestimable ayuda de su equipo a lo largo de todo este proceso.

Tras una sesión de lluvia de ideas, KYD propuso el eslogan del festival, «Let Your Heart Be Heard», y una identidad visual. Nos enamoramos del logotipo y de sus iconos, que resaltan la identidad bruselense del festival, su carácter internacional, su papel como voz de la comunidad, su función política, su inclusividad, su fuerza y su alegría.

La tipografía del logotipo, con sus letras ligeramente inclinadas, recuerda a las notas musicales.

Este logotipo y sus iconos resultaron ser una herramienta de comunicación muy eficaz, que pudimos adaptar de innumerables formas tanto durante la preparación del festival como durante el propio evento. Estamos convencidos de que este diseño gráfico contribuyó a generar apoyo y buena voluntad hacia nuestro evento.

Página web

A partir de 2022, nuestra prioridad fue crear una página web para el festival. Para nosotros era esencial contar con este tipo de «tarjeta de presentación»: ¿qué es Various Voices? ¿A quién va dirigido? ¿Cuál es el objetivo del festival?

A través de KYD, nos pusimos en contacto con Cobea, una pequeña empresa de desarrollo web de Bruselas, ideal para una organización sin ánimo de lucro como la nuestra. Su equipo (Valérie, Lorraine y Jean-Pierre) trabajó duro para satisfacer nuestras necesidades. Uno de sus principales retos fue crear una página web que se adaptara tanto a las necesidades de los coros y los delegados como a las del público en general.

También necesitábamos una herramienta fácil de usar y flexible que nos permitiera actualizar la página y añadir contenido por nuestra cuenta. La inclusión de una sección de «Noticias», que se actualiza cada mes con un nuevo artículo, contribuyó a mejorar nuestro posicionamiento en los motores de búsqueda.

En su fase inicial, la página web se puso en marcha unos días antes de Various Voices Bologna 2023. En ese momento, servía únicamente como plataforma de identidad y como herramienta para recopilar direcciones de correo electrónico para las suscripciones al boletín informativo.

Cuando se abrió el plazo de inscripción en septiembre de 2024, la página se convirtió en el lugar donde los coros —y más tarde los delegados— podían encontrar información práctica sobre los términos y condiciones, las fechas y las cuotas de inscripción. Subimos todos los documentos pertinentes (términos y condiciones, código de conducta, etc.). Redactamos una serie de preguntas frecuentes, que fuimos actualizando a medida que recibíamos nuevas consultas.

A partir de 2025, preparamos la segunda fase de la página web para dar a conocer a los coros participantes y el programa del festival. Recopilamos la información necesaria para crear una página web para cada coro participante mediante un cuestionario centrado en la comunicación que enviamos a cada uno de ellos. Al

mismo tiempo, Cobea desarrolló las páginas web necesarias, conectándolas a la API de la plataforma Integra con el fin de extraer automáticamente los datos facilitados por los coros. Fue una tarea difícil, ya que la API de Integra es anticuada y está diseñada exclusivamente para la aplicación de Integra.

En diciembre de 2024, ya habíamos recopilado la mayor parte de la información y, a continuación, tradujimos todos los textos a tres idiomas. Publicamos estas páginas dedicadas a los coros el 1 de enero de 2026.

El siguiente paso fue la finalización de las páginas dedicadas al programa del festival, siguiendo el mismo principio (el contenido de estas páginas se extrajo directamente de Integra). El programa completo del festival estuvo disponible en línea a partir del 1 de abril de 2026.

Cuando se cerró el plazo de inscripción de los delegados, rediseñamos el resto de páginas de la web. Hasta entonces, estaba pensada para la inscripción al festival y para ofrecer una visión general del mismo a nuestros socios. A partir de abril de 2026, se orientó más hacia el público en general, con el objetivo de presentar el programa y vender entradas.

Más adelante volveremos a abordar el uso de la página web durante el festival. Nuestra conclusión en esta fase es que una página web completa y fácil de gestionar por parte del equipo organizador es esencial para la comunicación. También es importante tener en cuenta que esto requiere mucho trabajo y tiempo, sobre todo cuando la página es trilingüe (¡cada tarea hay que hacerla tres veces!). No nos arrepentimos de esta decisión, que tenía por objeto demostrar nuestro compromiso con la inclusión. Sin embargo, añadir más idiomas habría supuesto una carga de trabajo desproporcionada.

La campaña de Bolonia

«Various Voices Bologna 2023» supuso una gran oportunidad para llegar a nuestro público objetivo. Por ello, organizamos una campaña de comunicación como parte del evento. Dado nuestro compromiso con la sostenibilidad, queríamos evitar producir un folleto sencillo y desechable . KYD sugirió entonces la idea de una hoja de pegatinas en la que, por un lado, aparecieran el logotipo y sus iconos en forma de pegatina y, por el otro, información sobre el festival y un código QR para suscribirse al boletín informativo. Enviamos casi 4.000 pegatinas a Bolonia, y cada asistente al festival encontró una en su paquete de bienvenida. Esta divertida herramienta promocional tuvo una gran acogida.

Al mismo tiempo, dos representantes de Bozar participaron en el festival (el director musical y el responsable de relaciones con el público). Visit.brussels envió a su representante en Italia a Bolonia. Montamos un stand conjunto en la zona del festival. Sin embargo, el stand despertó poco interés, ya que el festival de Bruselas aún parecía muy lejano en ese momento. En cualquier caso, ¡las bases de nuestra campaña de comunicación ya estaban sentadas!

Redes sociales

Las cuentas de redes sociales de «Various Voices» son propiedad de Legato, por lo que las cuentas @variousvoiceschoirfestival se transfieren de un festival a otro. ¡Al menos es un aspecto en el que los nuevos equipos organizadores no tienen que empezar de cero! Conservamos los seguidores de ediciones anteriores.

Nos hicimos cargo de estas cuentas en septiembre de 2023, una vez que Bolonia había finalizado su labor de comunicación. Al principio no teníamos mucho que comunicar, así que el arranque fue lento. En realidad, no fue hasta que se abrieron las inscripciones en septiembre de 2024 cuando empezamos a estructurar nuestras comunicaciones, utilizando tres plantillas diferentes proporcionadas por KYD para publicaciones centradas bien en información (una imagen con texto), bien en una imagen, o bien en el programa (varias imágenes en un carrusel). Estas imágenes iban, por supuesto, acompañadas de nuestros iconos.

Desde septiembre de 2024 hasta diciembre de 2025, centramos nuestras comunicaciones exclusivamente en los coros y los asistentes al festival, con dos publicaciones al mes (tres a partir de septiembre de 2025): información sobre la inscripción, una presentación de las sedes del festival, una presentación del equipo del festival y una visión general de los principales eventos del festival. Publicamos una historia cada vez que se inscribía un nuevo coro. Etiquetamos a Legato, al coro recién inscrito y a Sing Out Brussels en cada historia, lo que generó comparticiones. Estas historias se recopilaron como momentos destacados en nuestra cuenta de Instagram. Generaron muchas reacciones.

A finales de 2024, a raíz de la elección de Donald Trump y de la postura de Meta sobre la inclusividad, también debatimos si debíamos mantener nuestra presencia en las redes de Facebook e Instagram. Decidimos quedarnos para evitar contribuir a una falta de representación de nuestra comunidad en estas redes y también comunicamos nuestra postura al respecto. Al mismo tiempo, el equipo organizador migró de WhatsApp a Signal para sus comunicaciones internas.

En noviembre de 2025, la promoción del videoclip «Let Your Heart Be Heard» ocupó un lugar destacado en nuestros canales de redes sociales.

Desde enero hasta mediados de mayo de 2026, presentamos a los 114 coros participantes en las redes sociales. Esto requirió una planificación minuciosa para asegurarnos de que tuviéramos tiempo suficiente para dar visibilidad a todos antes de que comenzara el festival. La preparación de estas publicaciones nos llevó mucho tiempo. Cada coro fue etiquetado en la publicación correspondiente, lo que generó comparticiones y nos ayudó a ganar muchos seguidores.

Desde mediados de mayo hasta mediados de junio, presentamos a los artistas invitados que actuarían en los espectáculos y las ceremonias. Estas publicaciones también fueron compartidas por los propios artistas, lo que impulsó la venta de entradas y la interacción en nuestras cuentas

Al mismo tiempo, seguimos publicando contenido para promocionar el programa del festival, la venta de entradas, el proyecto «Let Your Heart Be Heard», la tienda del festival, así como para lanzar nuestras convocatorias de voluntarios y dar las gracias a nuestros colaboradores.

Boletines informativos

A partir de septiembre de 2023, empezamos a enviar un boletín al mes a las pocas personas que se suscribieron tras el festival de Bolonia. Aunque esto no se ajusta al RGPD, añadimos los datos de contacto de todos los coros miembros de Legato a la lista de correo, ya que era la única forma que teníamos de ponernos en contacto con ellos.

Con el tiempo, pasamos a enviar tres boletines al mes, dirigidos a tres públicos objetivo diferentes: el boletín para administradores de coros (a partir de septiembre de 2024, a principios de cada mes, sobre la inscripción de sus coros y sus tareas como administradores), el boletín para delegados (a partir de enero de 2025, sobre su propia inscripción e información específica para delegados) y, de forma más esporádica, el boletín externo (con el tiempo, este se adaptó para el público en general). Toda esta comunicación generó expectación y entusiasmo, al tiempo que informaba claramente a todo el mundo sobre el avance de los preparativos del festival.

Como parte de la encuesta posterior al festival, recibimos quejas sobre el número de boletines enviados. Es cierto que algunas personas recibieron los tres boletines, ya que eran delegados, administradores de coros y suscriptores del boletín dirigido al público en general.

Sin embargo, creemos que fue útil repetir la información con regularidad y comunicarnos directamente con todos los asistentes al festival. En festivales anteriores, la comunicación se dirigía casi exclusivamente a los directores de coros, rara vez a los delegados, que a menudo llegaban al festival sin saber nada sobre la organización del evento.

Tenemos la sensación de que las reacciones a esta comunicación reflejan sin duda lo que todos experimentamos en nuestros coros: algunas personas se quejan de estar inundadas de información, otras se quejan de no estar informadas en absoluto, por no hablar de aquellas que nunca leen la información y luego se quejan de no estar informadas.

Dejamos en manos de los futuros equipos organizadores la tarea de determinar la mejor forma de comunicarse con los coros y los delegados.

Gestión del correo electrónico

En lugar de crear direcciones de correo electrónico individuales para cada miembro del equipo organizador, optamos por crear una única dirección de correo electrónico general para garantizar que todos tuvieran acceso al mismo nivel de información. Éramos principalmente tres personas las que gestionábamos la bandeja de entrada, y nuestro objetivo fue siempre responder con la mayor rapidez posible.

La mayoría de las personas que se pusieron en contacto con nosotros recibieron una respuesta en un plazo de 24 horas, salvo en los casos en que la respuesta requería una investigación más exhaustiva. Esta rapidez en la respuesta fue muy valorada y nos valió muchos elogios.

Es importante darse cuenta de que gestionar los correos electrónicos lleva muchísimo tiempo. Con el tiempo, hemos preparado respuestas estándar para las preguntas más frecuentes. Pero es precisamente esta capacidad de respuesta la que genera confianza.

Rendez-vous à Bruxelles/Festival Hand in Hand

En junio de 2024, Sing Out Brussels! acogió el «Rendez-vous à Bruxelles», organizado por Legato. Alrededor de veinte personas participaron en este evento, que reunió a directores de coros del Reino Unido, Alemania, los Países Bajos, Italia, España, Noruega e Islandia.

La delegación visitó las principales sedes del festival, incluyendo un recorrido entre bastidores por el Bozar. Nuestro director artístico, Simon Paco, también presentó su proyecto artístico. La Junta Directiva proporcionó diversa información práctica. La jornada continuó con un concierto a cargo de Sing Out Brussels!, Voces Gaudii (Varsovia) y DynamiQ Voices (Utrecht). Una fabulosa fiesta posterior al concierto y un delicioso brunch pusieron el broche final al fin de semana. Esta organización conjunta a cargo de Legato, Sing Out Brussels! y Various Voices Brussels 2026 ofreció a los participantes una visión completa de cómo sería la experiencia del festival y hizo que nuestro proyecto resultara mucho más concreto.

Quienes participaron en este evento seguramente recordarán que tuvo lugar en las fechas previstas para el festival. Hacía un frío glacial en Bruselas y el cielo estaba gris. En aquel momento, nadie podía imaginar que dos años más tarde nos enfrentaríamos a una terrible ola de calor...

Unos meses más tarde, recibimos un resumen de la encuesta realizada por Legato tras este «Rendez-vous in Brussels». La mayoría de los comentarios ya se habían expresado durante el fin de semana y el equipo del festival los tuvo en cuenta (accesibilidad, oportunidades de conciertos, contenido de los espectáculos). Recordamos a los coros que estábamos haciendo todo lo posible por crear un festival que se adaptara a todo el mundo, pero que no sería posible satisfacer al 100 % a todos los asistentes.

Por último, en agosto de 2024, Sing Out Brussels! participó en el festival Hand in Hand (festival para coros LGBTQI+ del Reino Unido e Irlanda), como único coro continental invitado. Aprovechamos la ocasión para promocionar el festival repartiendo nuestras pegatinas y hablando con los participantes. Quedó claro que nuestro festival era muy esperado.

Tienda del festival

Esto tiene más que ver con el merchandising que con la comunicación, pero, no obstante, incluimos la Tienda del Festival entre nuestras herramientas de comunicación.

En las reuniones de la junta directiva mantuvimos largos debates sobre la producción de una camiseta del festival. El debate se centró en la sostenibilidad de este tipo de camisetas (a menudo de mala calidad, fabricadas en Asia...) y en su

inclusividad (diseños de talla única adaptados a hombres con una complexión «estándar», pero no a otros tipos de cuerpo).

Basándonos en la experiencia de Sing Out Brussels!, que ya había investigado este tema para sus propias camisetas, decidimos utilizar la plataforma RedBubble. Esta plataforma adopta un enfoque sostenible, ya que ningún producto se fabrica hasta que se realiza el pedido. Esto significa que no hay existencias ni residuos. Además, RedBubble remunera de forma justa a sus artistas y diseñadores. Ofrece una amplia gama de diseños de ropa y nos permitió ofrecer otros artículos además de camisetas (jerséis, gorras, tazas, alfombrillas para el ratón... ¡e incluso una cortina de ducha o ropa de cama!).

KYD diseñó los estampados, que RedBubble adaptó automáticamente a diversos productos.

A continuación, un resumen de los resultados de la tienda en cuanto a ingresos y artículos vendidos:

- 335 camisetas (incluidas 139 con el logotipo de LYHBH y 144 con el de VV26)
- 67 prendas textiles más (jerséis, gorras, calcetines)
- 114 pegatinas e imanes
- 27 artículos diversos (alfombrilla de ratón, funda para iPhone, bolsa de tela, cuaderno, almohada...)
- 10 tazas

Los consumidores gastaron un total de 7.334 €. El festival se quedó con un margen del 7 % sobre los artículos vendidos. El objetivo de la tienda no era obtener beneficios. Actualmente sigue abierta.

Publicidad

Además de promocionar el festival entre nuestro público objetivo (coros y cantantes LGBTQI+), destinamos un presupuesto publicitario a dar a conocer el festival al público general en Bélgica. El objetivo de estas campañas publicitarias era doble: animar al público belga a comprar entradas para el evento y dar mayor visibilidad al mismo en la esfera pública.

Establecimos una colaboración con Tipik (un medio de comunicación perteneciente a la cadena pública belga francófona RTBF): esta colaboración con este medio de comunicación nacional nos permitió beneficiarnos de dos campañas publicitarias en la radio en marzo y mayo de 2026, sin ningún coste adicional para el festival, salvo la producción de los dos anuncios. Esta campaña fue acompañada de un artículo web, cuya visibilidad se promocionó en la página web de la RTBF.

También establecimos una colaboración con Bruzz, un medio de comunicación de lengua neerlandesa con sede en Bruselas. En junio de 2026 se emitió un anuncio. Nos beneficiamos de una tarifa reducida para esta emisión.

Además, lanzamos una campaña de carteles. Se colocaron 25 carteles en las vallas publicitarias de JC Decaux en diversos puntos clave del centro de Bruselas, justo antes y durante el festival.

La mayor parte de nuestro presupuesto publicitario se invirtió en pancartas colocadas en farolas en 25 ubicaciones especialmente visibles de Bruselas a partir de mediados de junio de 2026. Alrededor de diez de estas pancartas fueron objeto de actos de vandalismo la noche siguiente a su colocación, pero las que permanecieron en su sitio proporcionaron al festival una visibilidad significativa a lo largo de todo el evento. Muchos asistentes al festival también tomaron fotografías de estas magníficas pancartas, que aportaron un toque de color a la ciudad.

Es difícil cuantificar el impacto de estos anuncios en la asistencia al festival. Sin duda, este es el proyecto de pancartas del que nos sentimos más orgullosos. Recibimos muchísimos comentarios positivos al respecto. Su diseño, tamaño y visibilidad contribuyeron en gran medida a dar credibilidad al festival y a aumentar su notoriedad.

Cobertura mediática

Nos pusimos en contacto con la prensa generalista en varias ocasiones durante los preparativos del festival. En primer lugar, emitimos un comunicado de prensa con el apoyo de visit.brussels cuando Legato anunció que Bruselas había sido elegida para acoger el festival. Una nota de prensa de la agencia Belga fue recogida por numerosos medios de comunicación: La Libre Belgique, La Dernière Heure, Bruzz, Het Laatste Nieuws, Knack, RTBF y RTL.

Tras nuestra participación en el festival de Bolonia en 2023, «Les Grenades», el proyecto feminista e inclusivo de la RTBF, dedicó un artículo al festival de Bruselas.

En 2024, el evento «Various Voices Rising», organizado en el marco del «Rendez-vous à Bruxelles», nos valió un reportaje en el canal de televisión regional BX1, lo que contribuyó a dar mayor visibilidad al festival.

En enero de 2025 emitimos un nuevo comunicado de prensa; para entonces, el festival ya tenía todas las entradas agotadas y contaba con 120 coros inscritos: Bruzz, RTBF, DH, BX1, La Libre y Brussels Times.

En 2026, nuestras comunicaciones se centraron inicialmente en el proyecto participativo «Let Your Heart Be Heard» y en los ensayos organizados en Bozar en los días previos a la actuación del 27 de junio. Esto nos llevó a ser invitados al programa matinal de Vivacité Bruxelles (un canal regional de la RTBF) para promocionar el proyecto. También fuimos invitados al programa matinal Tipik (RTBF).

Establecimos una colaboración con el medio de comunicación LGBTQI+ de Bruselas Ket, que dedicó numerosos artículos al festival a lo largo del tiempo: 22/02/26, 25/02/26, 04/03/26, 11/03/26, 2 de abril de 2026, 17 de abril de 2026, 27 de abril de 2026, 25 de mayo de 2026, 29 de junio de 2026, 2 de junio de 2026, 4 de junio de 2026 y 14 de junio de 2026.

A medida que se acercaba el festival, nos decepcionaba que los medios de comunicación convencionales no mostraran un mayor interés por nuestro

proyecto, a pesar de un contexto favorable para su visibilidad (el desafío a los derechos LGBTQI+ en todo el mundo, la creciente popularidad del canto coral, el carácter único del evento y su enorme impacto económico en la ciudad). Sin embargo, todo cambió tras el acto de vandalismo que afectó a unas diez de nuestras pancartas promocionales. La conmoción fue tal que publicamos espontáneamente una entrada en respuesta en Instagram. Esta publicación se hizo viral rápidamente. Se visualizó más de 1 130 000 veces, recibió 3 300 «me gusta», se compartió 500 veces y generó casi 200 comentarios. Este enorme revuelo atrajo la atención de los medios de comunicación, que publicaron numerosos artículos y realizaron entrevistas sobre el festival en los días siguientes: Sudinfo, Bruxelles Today, RTBF, Bruzz, VRT, Het Laatste Nieuws, La Libre y La DH.

Aunque agradecimos la solidaridad que se manifestó tras este acto de vandalismo homófobo, lamentamos que hubiera sido necesario este incidente para que los medios de comunicación se interesaran por el festival. Por ello, emitimos otro comunicado de prensa en el que instábamos a los medios a sacar el festival de las secciones de «Noticias breves» y trasladarlo a las secciones de «Sociedad» o «Cultura». Tras este comunicado, nos invitaron al programa matutino de Bruzz y BX1 para hablar del festival en general.

DURANTE EL FESTIVAL

La ola de calor

Se dice que los belgas están obsesionados con el tiempo, que suele ser su primer tema de conversación, dado lo cambiante que es en Bélgica. Durante el festival, tuvimos motivos de sobra para convertirlo en nuestro principal tema de conversación. El intenso calor que reinó durante todo el festival afectó considerablemente al evento.

Las fechas del festival no se eligieron por casualidad. De hecho, eran las únicas fechas en las que todos los recintos estaban disponibles al mismo tiempo, ya que la temporada cultural en Bruselas termina alrededor del 20 de junio. La mayoría de los recintos están cerrados y no se pueden alquilar en julio y agosto. En estas circunstancias, disponíamos de un estrecho margen de tiempo para organizar el festival.

Aunque estas fechas coinciden con el comienzo del verano, nuestra principal preocupación durante los seis años de preparación del festival ha sido la lluvia y los cielos grises. A modo de comparación, estas son las condiciones meteorológicas previstas para estas fechas entre 2020 y 2025:

- 2025: entre 22 y 25 °C, con lluvia todos los días
- 2024: entre 18 y 20 °C, sin lluvia, pero con cielo gris y humedad fría
- 2023: entre 22 y 25 °, con lluvia dos de cada cinco días
- 2022: entre 18 y 20 °, sin lluvia
- 2021: entre 18 y 20 °C, con lluvia todos los días
- 2020: entre 20 y 22 °C, sin lluvia

Por lo tanto, nos habíamos preparado para un tiempo más bien primaveral y probablemente lluvioso. De hecho, esto había influido en nuestra decisión de

limitar el número de eventos al aire libre que ofrecíamos. La disponibilidad de aire acondicionado en los recintos nunca fue una preocupación para nosotros.

Unos días antes del festival, al principio nos sentimos aliviados al saber que por fin iba a brillar el sol en Bruselas... pero pronto nos desilusionamos al ver las temperaturas previstas.

Mirando atrás, ahora sabemos que el festival tuvo lugar durante la semana más calurosa jamás registrada en Bélgica desde que se iniciaron las observaciones meteorológicas en el país. El 26 de junio, la temperatura alcanzó los 35,5 °C en Bruselas, un récord para esta época del año. Nunca antes se había producido una ola de calor tan temprana, a lo que se sumaron seis noches tropicales consecutivas del 21 al 26 de junio (¡incluidas dos noches con temperaturas mínimas de 24 °C durante el festival!) y siete días de calor extremo (temperaturas máximas superiores a los 30 °C). La tormenta que se desató durante la noche del 27 al 28 de junio fue igualmente intensa. En apenas 30 minutos, cayeron 35,1 mm de lluvia en Bruselas, la mitad de la cantidad de lluvia que se registra normalmente en todo el mes de junio. Dadas estas condiciones, a lo largo de todo el periodo se registraron 1 747 muertes adicionales en Bélgica, lo que representa una tasa de exceso de mortalidad del 47,8 %. En estas circunstancias, debemos, ante todo, estar agradecidos de que el festival se celebrara sin que se produjeran problemas de salud graves.

Es evidente que Bélgica no está preparada para hacer frente a tales temperaturas. El aire acondicionado, por ejemplo, no es muy habitual en los lugares públicos ni en el transporte público. Aunque la mayoría de nuestras salas de espectáculos contaban con aire acondicionado, los sistemas de climatización a menudo no tenían la potencia suficiente para hacer frente a tales temperaturas. El Cirque Royal supuso un gran problema, ya que no dispone de aire acondicionado y su techo es de metal, lo que agravó aún más la situación en ese recinto.

Sin embargo, nunca se planteó la posibilidad de cancelar o aplazar el festival. De todos modos, todos los asistentes ya se encontraban en el recinto. Dado que nuestros eventos se celebran principalmente en recintos cerrados, las autoridades no nos pidieron que tomáramos tales medidas, mientras que el sábado 27 de junio, el Ayuntamiento de Bruselas decidió evacuar el festival Couleur Café, celebrado al aire libre a un paso de nuestro evento en el ING Arena, debido a la amenaza de una tormenta eléctrica.

En estas circunstancias excepcionales, nos esforzamos por mantener a los asistentes al festival lo mejor informados posible y por adaptarnos, al tiempo que manteníamos las actividades en la medida de lo posible:

- Comunicación a través de boletines informativos antes del festival para informar de las condiciones meteorológicas y ofrecer algunos consejos (llevar una botella de agua, beber mucho líquido, vestirse con ropa ligera, llevar un ventilador, etc.)
- Comunicación a través de boletines informativos durante el festival para informar de los cambios en el programa, las posibles adaptaciones y la situación en los diferentes recintos.
- Hubo agua del grifo disponible en todos nuestros recintos, tanto para el público como entre bastidores.

- Dado el calor sofocante que hacía en el Cirque Royal, dividimos los espectáculos nocturnos «Treachery of Images» y «Royalties» en dos partes, cuando en un principio estaba previsto que cada uno se representara dos veces completo. Trasladar los espectáculos a otro recinto resultaba inviable tanto desde el punto de vista técnico como financiero. Esta fue la mejor solución que pudimos encontrar, en interés tanto de los artistas como del público.

Nuestros socios pusieron en marcha algunas iniciativas. Por ejemplo, en el Festival Village, visit.brussels instaló una fuente de agua potable gratuita y aumentó el número de sombrillas disponibles. Frente al Ayuntamiento de Bruselas, donde se celebraban varios actos del festival, las autoridades locales instalaron una fuente de agua potable. Vaux Hall Summer, sin embargo, no proporcionó ninguna sombra a los coros que actuaban, que tuvieron que cantar de cara al sol. Nos enteramos de que el personal de seguridad se había negado a permitir que los asistentes al festival entraran en determinados recintos con sus botellas de agua, lo cual es obviamente deplorable dadas las circunstancias.

Esta ola de calor afectó a la experiencia de los coros, los asistentes al festival y el equipo organizador: actuaciones acortadas, condiciones muy difíciles para los conciertos, problemas de última hora con las entradas que hubo que resolver en el Cirque Royal, una gestión de crisis muy estresante, malestar, fatiga e irritabilidad causados por el calor, y baja asistencia a determinados eventos y recintos.

Nos gustaría aprovechar esta oportunidad para agradecer a todos los coros y asistentes al festival su flexibilidad y comprensión ante esta situación totalmente excepcional, que, por supuesto, escapaba a nuestro control.

Como parte de nuestro proceso de solicitud para 2020-2021, tuvimos que prever qué haríamos en caso de una pandemia. Eran otros tiempos. Durante el festival, ningún asistente nos hizo preguntas sobre las medidas de salud y seguridad establecidas. Todo el mundo hablaba de la ola de calor. En el futuro, los procesos de solicitud tendrán que tener en cuenta, sin duda, los riesgos relacionados con el clima. Dado que el Festival de Brighton 2030 está previsto que se celebre a mediados de agosto, el equipo organizador tendrá que tenerlo muy presente.

Programa del festival

El programa

Cuando se abrió el plazo de inscripción, ofrecimos tres oportunidades de concierto, al igual que en Various Voices Munich 2018, del que nos inspiramos en gran medida: el concierto de tarde, el concierto callejero y la participación en un espectáculo o ceremonia. El concierto de tarde era obligatorio. Para los otros dos conciertos, se pedía a los responsables de los coros que indicaran su interés en el formulario de inscripción. 27 coros no manifestaron interés en estas actuaciones.

A partir de septiembre de 2025, en respuesta a la gran demanda de los coros, añadimos tres oportunidades de concierto más, gracias a nuestra colaboración con el Ayuntamiento de Bruselas: visitas guiadas con canto en el Ayuntamiento, un

concierto en el Ayuntamiento o un concierto en el marco del Vaux Hall Summer. Se envió un formulario a los coros para que manifestaran su interés en uno o varios conciertos. 61 coros manifestaron su interés en estas actuaciones. Pudimos programarlos a todos en el marco de este programa. Para cumplir con ciertos requisitos específicos del Ayuntamiento (coros pequeños), nos pusimos en contacto de forma proactiva con varios grupos vocales que cumplían los criterios en cuanto al número de miembros.

A la hora de elaborar el programa, tuvimos en cuenta numerosas limitaciones:

- Directores de coro compartidos. Un mismo director de coro puede dirigir varios coros, por lo que estos no pueden programarse a la misma hora.
- Cantantes compartidos. Un mismo cantante puede pertenecer a varios coros (merece una mención especial el European Queer Choir, que está compuesto exclusivamente por cantantes que también cantan en al menos otro coro).
- Tamaño de los coros (es imposible programar coros muy grandes en salas pequeñas)
- Requisitos de accesibilidad (se programó que los miembros de los coros con necesidades de accesibilidad actuaran en escenarios sin escaleras).
- Las fechas de llegada o salida de los coros (algunos participantes en el festival no llegaron a Bruselas hasta el jueves o el viernes).

Para organizar el festival teniendo en cuenta estas limitaciones y las peticiones de conciertos de los coros, desarrollamos nuestra propia aplicación de programación, capaz de detectar conflictos. ¡Sin esta aplicación, probablemente nunca lo habríamos conseguido! En la gran mayoría de los casos, pudimos satisfacer todas las peticiones.

Sin embargo, revisamos manualmente esta programación automatizada, modificando los recintos o los horarios de algunos coros para garantizar la diversidad del programa (por ejemplo, para evitar que tres coros SSAA —que ya eran menos numerosos— actuaran consecutivamente en el mismo recinto, o simultáneamente en tres recintos diferentes). , al final, pudimos enviar el programa del festival a cada coro en enero de 2026, a pesar de que habíamos fijado finales de marzo como fecha límite.

A finales de mayo, el equipo del festival envió a los coros una nota informativa sobre cada recinto, con datos sobre el acceso a los mismos, los horarios, la sala de actuación y sus especificaciones técnicas (micrófonos, dimensiones del escenario, ubicación de las plataformas elevadas), los camerinos, la accesibilidad, etc. Nuestro director artístico envió un documento similar, desglosado por espectáculo o ceremonia, a los coros participantes.

Programamos 374 eventos, incluidos 267 conciertos (el resto son ensayos, pruebas de sonido, talleres y actividades sociales):

- Espectáculos y ceremonias: 9 sesiones, 58 coros en el escenario
- Conciertos de tarde: 114 conciertos
- Vaux-Hall Summer: 15 conciertos
- Visitas guiadas con canto en el Ayuntamiento: 40 actuaciones de 32 coros
- Conciertos gratuitos en la Salle des Milices: 17 conciertos
- Conciertos callejeros: 28 conciertos los miércoles y 44 los sábados

En cuanto al número de actuaciones:

- 1 coro actuó cinco veces
- 26 coros actuaron cuatro veces
- 45 coros actuaron tres veces
- 30 coros actuaron dos veces
- 12 coros actuaron una vez

Instamos a los futuros equipos organizadores a que tengan en cuenta las numerosas limitaciones y peticiones planteadas por los coros. Es fundamental recopilar todas estas peticiones en un único documento para facilitar el proceso de clasificación de las mismas de cara al programa (ya sea elaborado de forma virtual o manual). La elaboración del programa es una tarea ingente que genera mucha expectación y entusiasmo entre los coros participantes.

Equipo técnico

En 2024, nombramos a Antoine Denis director técnico del festival. Antoine Denis dirige Audeo, una empresa que trabaja en más de 300 eventos al año. Nos pareció especialmente importante y útil contar con un único punto de contacto para todas nuestras sedes principales (Bozar, Cirque Royal, Madeleine, Auditorium 490).

El resto de recintos (conciertos en colaboración) no fueron gestionados por Audeo. En el ING Arena, tuvimos que elegir a uno de los subcontratistas designados por el recinto. Antoine Denis se encargó de todas las comunicaciones con este subcontratista.

La coordinación de los sistemas de sonido de las salas corrió a cargo de Antoine Denis, en colaboración con el ingeniero de sonido Vincent De Bast, contratado por el festival por su especialización en sonido coral y por su colaboración habitual con Sing Out Brussels!. La aportación de Vincent fue fundamental para que nuestros coros brillaran sobre el escenario. Vincent estuvo presente en todas partes durante el festival e incluso echó una mano con el sistema de sonido en el Vaux Hall, a pesar de que no se le había asignado esa sala.

En cuanto a la iluminación, trabajamos con Sébastien Mercial, quien diseñó los planes de iluminación para los espectáculos y las ceremonias.

En marzo de 2025, Antoine Denis nos facilitó los presupuestos técnicos para cada recinto, incluyendo el equipo y el personal. Estos presupuestos, que eran muy elevados, se redujeron en un 20 % a petición nuestra.

El plan técnico para cada recinto (sonido e iluminación) se ultimó en abril de 2026. Mientras tanto, los presupuestos facilitados en 2025 casi se habían duplicado, debido principalmente a la ampliación de la jornada laboral de los técnicos, pero también a algunas circunstancias imprevistas (por ejemplo, el Bozar quiso obligarnos a alquilar su sistema de sonido, que aún no se había instalado cuando firmamos el contrato; al final, no nos lo cobraron). En el ING Arena, ¡el subcontratista no envió el presupuesto definitivo hasta apenas una semana antes del festival! Tuvimos que mantener tensas negociaciones en los últimos días previos al festival para recortar gastos.

Nos gustaría aprovechar esta oportunidad para agradecer a Antoine Denis y a Vincent De Bast su arduo trabajo y su flexibilidad. Su tarea no fue fácil, ya que no estaban familiarizados con el evento y tampoco estaban acostumbrados a trabajar con productores no profesionales (el equipo del festival).

Nos gustaría aconsejar a los futuros equipos organizadores que es fundamental trabajar con profesionales especializados en sonido para coros en su festival, ya que se trata de un campo especializado en sí mismo. Es igualmente crucial establecer relaciones profesionales eficaces con estos especialistas, de quienes depende en gran medida el éxito del festival. Consideramos que esta colaboración ha sido una experiencia extremadamente positiva.

Gestión de la venta de entradas

Nuestro equipo quería expresamente abrir el festival al público en general. No queríamos un festival cerrado en sí mismo, en el que los coros LGBTQI+ actuaran únicamente ante un público compuesto por otros coros LGBTQI+. «Various Voices» solo tiene sentido si su mensaje se difunde ampliamente.

La venta de entradas también era necesaria para aumentar nuestros ingresos, ya que los gastos del festival no dejaban de crecer. Sin embargo, teníamos que tener en cuenta que había que garantizar a los asistentes al festival una plaza en las salas. Desde el principio, uno de nuestros principales retos fue encontrar una sala de conciertos con capacidad para entre 3.500 y 4.000 personas. Esto solo era posible en el ING Arena. La capacidad del Bozar y del Cirque Royal, incluso con dos funciones, no es suficiente para acoger a 4.000 personas. Finalmente, decidimos abrir todos los eventos al público. Apostamos por el hecho de que no todos los asistentes al festival acudirían a todos los espectáculos, y acertamos.

Para los conciertos de la tarde, explicamos el concepto del festival a los responsables de las salas: los asistentes se desplazan de una sala a otra. Queríamos evitar tener que asignar asientos numerados. Todas las salas entendieron nuestra petición. Para el público general, pusimos a la venta «pases de tarde», que daban acceso a todas las salas.

En cuanto a los espectáculos y las ceremonias, la situación fue diferente. Tanto el Bozar como el Cirque Royal insistieron en los asientos numerados para facilitar la gestión de las multitudes. Tras largas negociaciones, las dos salas —que suelen imponer sus propios sistemas de venta de entradas— aceptaron dejarnos utilizar el nuestro (Billetweb) para evitar que los asistentes al festival tuvieran que lidiar con múltiples sistemas de venta de entradas. Además, Billetweb ofrece comisiones de gestión muy competitivas. Todo fue muy bien con el Bozar, pero no así con el Cirque Royal. Tuvimos un desacuerdo con el director a raíz de un malentendido sobre el sistema de venta de entradas. Resolver este desacuerdo nos llevó mucho tiempo en las semanas previas al festival.

Cuando reservamos el ING Arena para el espectáculo del sábado por la noche, también solicitamos poder utilizar nuestro propio sistema de venta de entradas. A pesar de nuestros esfuerzos, la dirección se negó y nos cobró una elevada comisión por cada entrada vendida o entregada. Disponer de dos sistemas de venta de

entradas distintos supuso dificultades tanto para los asistentes al festival como para nosotros.

En el caso de Bozar y el Cirque Royal, deliberamos largamente sobre cuál era el mejor enfoque: reservar las localidades por adelantado para cada coro o permitir que cada corista reservara su propia localidad (permitiendo al mismo tiempo reservas múltiples para que los amigos pudieran sentarse juntos). Optamos por la segunda opción. Ya sabíamos que muchos miembros de los coros no estarían presentes durante toda la duración del festival y queríamos evitar dejar asientos vacíos. Además, todas estas actuaciones se celebraban en dos horarios diferentes, y queríamos dar a los miembros de los coros la opción de elegir el horario que más les convenga. Por lo tanto, confiamos en la responsabilidad individual. Esta decisión fue cuestionada por varios coros, pero nos mantenemos firmes en ella.

Normalmente, la emisión de una entrada conlleva gastos de gestión que corre a cargo del organizador. Tras las negociaciones, nuestro socio de venta de entradas, Billetweb, comprendió la naturaleza única de nuestro festival y permitió a los asistentes reservar sus asientos de forma gratuita.

Sin embargo, en el ING Arena, donde los asientos no estaban numerados, fue el propio recinto el que envió las entradas a todos los asistentes al festival, cobrando una comisión.

Abrimos la venta de entradas para los espectáculos en el Bozar y el Cirque Royal en febrero de 2026, con acceso prioritario para los asistentes al festival hasta finales de marzo. A partir de entonces, comenzó la venta al público general. En el ING Arena, la venta comenzó en noviembre de 2025 y las entradas se enviaron a los asistentes al festival a finales de mayo.

La gestión del proceso de venta de entradas supuso mucho trabajo y un contacto individual con los asistentes al festival, a pesar de las preguntas frecuentes que habíamos publicado (entradas perdidas, dificultades para reservar, cantantes que iban a actuar en el escenario y no entendían por qué no podían reservar un asiento, cambios de asiento).

Instamos a los futuros equipos organizadores a que tengan en cuenta estas dificultades si desean celebrar eventos similares. La solución más sencilla es, por supuesto, disponer de un único sistema de venta de entradas para todos los eventos, pero esta decisión recae en los gestores de los recintos. Lo ideal sería que los recintos fueran lo suficientemente grandes como para acoger a todos los asistentes al festival al mismo tiempo en cada actuación, evitando así la necesidad de reservas anticipadas individuales. Sin embargo, dado el crecimiento continuo de «Various Voices», esto supone un reto. En el caso de que haya varias actuaciones entre las que elegir, seguimos considerando que el sistema de reserva anticipada individual es el más eficaz.

Conciertos de tarde: el corazón del festival

¡Various Voices Bruselas 2026 volvió a demostrar que los conciertos de tarde son, sin duda, el corazón y el alma del festival! Qué alegría fue presenciar las actuaciones

de tantos coros con talento, que lo dieron todo ante un público exigente y entusiasta.

El ambiente en las salas (y en los pasillos que conducían a ellas) fue mágico y extraordinario. Como se ha explicado anteriormente, el programa, muy bien concebido, permitió al público descubrir nuevos coros o reencontrarse con otros ya conocidos, al tiempo que ofrecía una variedad de formaciones SSAA, SATB, TTBB y otros conjuntos de distintos tamaños. Los conciertos de la tarde contaron con una gran afluencia de público; la mayoría de las salas estaban llenas. Algunos conciertos tuvieron una asistencia más escasa, dependiendo de la sala y del programa.

Desplegamos importantes recursos técnicos para garantizar que los coros contaran con una amplificación adecuada, de modo que todos pudieran brillar en el escenario. Nos gustaría aprovechar esta oportunidad para dar las gracias a Antoine Denis, director técnico, y a Vincent De Bast, ingeniero de sonido, que trabajaron en condiciones muy difíciles.

En términos generales, se respetó el horario, con tiempo suficiente entre las actuaciones de cada coro. Prestamos mucha atención a que los horarios fueran correctos cuando los coros nos facilitaron sus repertorios. Solo tenemos constancia de un problema en el Cirque Royal el sábado por la tarde, donde algunos conciertos comenzaron antes de lo previsto, lo que provocó un retraso en el programa, algo que lamentamos profundamente.

Habíamos decidido programar los conciertos de la tarde a lo largo de tres días en lugar de cinco, teniendo en cuenta que muchos coros no estarían disponibles los miércoles por la tarde y los domingos. La gestión de las pruebas de sonido resultó ser todo un reto. Con diez coros programados cada día en cada sala, estas pruebas de sonido tuvieron que realizarse inevitablemente a toda prisa, ya que solo podían llevarse a cabo en un intervalo de tres horas por la mañana.

La principal dificultad a la hora de organizar estos conciertos fue la falta de voluntarios en momentos clave, a pesar de que su papel es crucial para la gestión del tiempo (véase la sección «Voluntariado»). También debemos destacar la dificultad que tuvieron las personas con movilidad reducida para desplazarse de una sala a otra. Nuestro servicio de bicitaxis funcionó bien, pero no pudo satisfacer toda la demanda. La solución ideal es, por supuesto, organizar todos los conciertos en un único edificio, lo cual no fue posible en Bruselas.

Estos son puntos importantes que debemos transmitir a los futuros equipos organizadores: aumentar el número de coros participantes puede complicar el proceso de programación, y resulta difícil de gestionar en un plazo de cinco días. Tener en cuenta todas las limitaciones y peticiones de los coros también supone un gran reto. Asimismo, es esencial ser muy preciso con los horarios de las actuaciones. El más mínimo contratiempo puede arruinar toda una tarde. Por último, nuestra conclusión es la misma que la de nuestra introducción: estos conciertos son el corazón del festival. ¡Y nuestros coros son las estrellas del evento!

Espectáculos y ceremonias

Desde el inicio de nuestro proyecto, quisimos crear varios espectáculos que reunieran a coros en torno a un tema central. No inventamos nada nuevo. Al igual que en « » de Bolonia, Múnich y Dublín, estos espectáculos nos brindaron la oportunidad de dar a conocer la cultura belga invitando a artistas locales a compartir escenario con los coros, y también fueron una ocasión para destacar a los coros al tiempo que fomentábamos los vínculos entre ellos.

Planificamos una ceremonia de inauguración y otra de clausura, además de tres espectáculos. Sus temas se decidieron tras una sesión de lluvia de ideas organizada dentro del coro Sing Out Brussels! durante el confinamiento de 2021. Estos temas, en consonancia con la identidad belga, bruselense y europea del festival, fueron el surrealismo (*«La traición de las imágenes»*, que juega con el género y las apariencias), la realeza y el proyecto europeo.

Dado que la creación artística es una profesión en sí misma, nos pusimos primero en contacto con Sébastien Jurczys, con quien trabajamos en el dossier de candidatura. En 2022, al mudarse Sébastien al extranjero, nombramos a Simon Paco director artístico. Ya habíamos trabajado con Simon en varias producciones de Sing Out Brussels! y la experiencia nos había resultado muy gratificante. Como Simon nunca había colaborado antes con Various Voices, primero le ofrecimos una sesión informativa detallada para explicarle en qué consistía el festival, la necesidad de dar visibilidad a los coros y la naturaleza única de nuestros coros (grupos aficionados muy bien organizados, pero no intérpretes profesionales).

La primera tarea de Simon fue llevar a cabo una investigación para definir la identidad de cada espectáculo y su mensaje. En concreto, introdujo el tema del «cabaret» en la ceremonia de inauguración. Simon presentó inicialmente su visión a nuestro equipo y a los miembros clave de Sing Out Brussels!, lo que le permitió perfeccionar el concepto. Una de nuestras prioridades era la diversidad de los artistas invitados. Queríamos representar en el escenario todas las letras del acrónimo LGBTQI+. A raíz de estos comentarios, Simon ultimó su dossier artístico en 2024. A continuación, el documento se compartió con los responsables de los coros.

En el cuestionario de inscripción, los coros ya podían manifestar su interés en participar en estas actuaciones. La propuesta artística incluía un cuestionario que les permitía especificar su propuesta (el espectáculo en el que el coro deseaba participar, la canción propuesta y cualquier posible colaboración con otro coro). Simon Paco recibió 83 propuestas, lo que demuestra el entusiasmo de los coros por participar en estos eventos. Al mismo tiempo, Simon lanzó una convocatoria para artistas queer que desearan participar en nuestros espectáculos como invitados.

En septiembre de 2025, Simon presentó un primer borrador del programa, en el que se indicaba que los coros inscritos en un único espectáculo tendrían prioridad para ese espectáculo. Todos los coros que se presentaron fueron incluidos en al menos un espectáculo. Dado el número de solicitudes, fue posible representar el mismo espectáculo dos veces cada noche, lo que facilitó la organización en lo que respecta a los ensayos. Aproximadamente 15 coros participaron en cada espectáculo.

A lo largo de varios meses, Simon se puso en contacto con cada coro para explicar el concepto de los espectáculos, aclarar sus propuestas y recabar información adicional (letras de las canciones, copias de las partituras, grabaciones de vídeo o audio). Se consultó a la directora musical Emily Allison para garantizar que los espectáculos estuvieran bien equilibrados (tipo de coros, tipo de repertorio, etc.). Decidimos que la calidad musical no sería un criterio de selección, ya que «Various Voices» no es un concurso y todos los coros debían tener la misma oportunidad de brillar. A pesar de varios recordatorios, algunos coros nunca respondieron y, por lo tanto, fueron eliminados de la lista de coros candidatos. El programa de espectáculos y ceremonias se ultimó en diciembre de 2025.

En enero de 2026, Simon contrató a las presentadoras Stéphanie Coerten (conocida sobre todo por su papel como presentadora en el Concurso Internacional de Música Reina Isabel) y La Veuve (una artista también muy versada en el arte de la presentación de eventos). En marzo de 2026, Simon nos presentó por primera vez una lista de artistas invitados a actuar en el escenario. Sin embargo, muchos nombres aún estaban por confirmar.

Fue a partir de ese momento cuando las cosas empezaron a torcerse. Simon tenía problemas de salud y, al mismo tiempo, estaba ocupado con otros proyectos profesionales. Su asistencia a nuestras reuniones se volvió menos regular. Prometió facilitarnos la lista de artistas invitados definitivamente confirmados, pero esta lista nunca llegó. También prometió facilitarnos los órdenes de actuación de cada espectáculo, pero eso tampoco ocurrió. No teníamos conocimiento de estos programas porque Simon estaba trabajando en su propio documento y se había negado a introducir la información en Integra, la plataforma que utilizábamos para programar el festival.

Unas semanas antes de «Various Voices», Simon se dio cuenta de que algunas actuaciones eran demasiado largas. Aunque algunos coros tenían previsto cantar dos canciones durante la misma actuación, les pidieron que eliminaran una. Esto provocó fuertes reacciones por parte de algunos coros, con comunicaciones que no siempre fueron respetuosas. Apoyamos a Simon y pedimos respeto por su trabajo. También reiteramos nuestra petición de que nos enviaran los programas de las actuaciones.

Finalmente los recibimos dos semanas antes del festival. También recibimos por fin una lista muy extensa de artistas invitados (¡23 artistas y 7 DJ!). Estos artistas, repartidos entre las cinco actuaciones, mostraron la diversidad de la comunidad LGBTQI+ (cada letra del acrónimo estaba representada) a través de diversas formas artísticas: canto en directo, drag queens, drag kings, monólogos cómicos, números de circo, burlesque y arte performativo.

Simon había pasado semanas persiguiendo a algunos de ellos para conseguir su confirmación. Aún no se había firmado ningún contrato, por lo que tuvimos que iniciar las negociaciones con sus representantes demasiado tarde para que se aprobaran nuestros contratos —contratos que no siempre se ajustaban a los contratos profesionales estándar que suelen firmar estos artistas—.

Además, al revisar por fin el orden de actuación, nos dimos cuenta de que los dos espectáculos programados en el Cirque Royal duraban 15 minutos más de lo previsto en el horario establecido inicialmente por Simon y aprobado por la sala.

En ese momento, ya no era viable eliminar ningún coro del programa. Por lo tanto, pedimos que se retiraran los artistas invitados. Simon prefirió trasladarlos a otros espectáculos. Esto creó un enorme desequilibrio, ya que algunos espectáculos contaban ahora con demasiados artistas programados, en particular la ceremonia de inauguración y el espectáculo en el ING Arena, así como un desequilibrio en los tipos de actuaciones que se presentaban en cada espectáculo. En ese momento, deberíamos haber insistido en cancelar o no firmar ciertos contratos, pero Simon no se mostró en absoluto dispuesto a ello. Tuvimos la sensación de que su principal preocupación era preservar su reputación en el panorama artístico de Bruselas, en lugar de dar prioridad a los intereses del festival. Dada la tardanza en la presentación, tampoco tuvimos tiempo de comprobar con precisión la duración de las actuaciones. De todos modos, ya era demasiado tarde.

Entonces comenzó el festival. Y muchas cosas no salieron como esperábamos:

- El tiempo de ensayo fue demasiado corto, teniendo en cuenta el número de coros y artistas del programa
- Simon había subestimado el tiempo que tardaban los coros en entrar y salir del escenario, así como la duración de los aplausos... Esto provocó importantes retrasos en el e , sobre todo en la ceremonia de inauguración y en el ING Arena, donde el número de artistas del programa era demasiado elevado.
- Dado el calor, las condiciones de trabajo fueron infernales, especialmente en el Cirque Royal. Como consecuencia, Simon sugirió dividir cada espectáculo en dos. Era la mejor opción. Pero, aunque los coros se mostraron comprensivos, esto provocó una gran frustración y también un caos total en cuanto a la venta de entradas, a pesar de que casi todos los espectáculos tenían las entradas agotadas.
- En el ING Arena, donde trabajábamos con un subcontratista impuesto por el recinto, surgieron enormes problemas (el escenario no se montó a tiempo, lo que provocó retrasos durante los ensayos del sábado; el equipo proporcionado al trapecista, que debía volar por los aires, era incorrecto, y el artista tuvo que realizar su número en el suelo; hubo una falta de respeto generalizada por parte del subcontratista hacia nuestros equipos...)

En estas circunstancias, Simon intentó salvar la situación lo mejor que pudo, sobre todo acortando los discursos de los presentadores y pidiendo a los coros que no salieran a saludar... Se suprimieron los momentos destinados a que el público cantara con ellos. Pero esto generó mucha frustración y tensión entre bastidores. En la ceremonia de inauguración, sugirieron suprimir la interpretación del himno del festival, algo que era innegociable para el equipo organizador. En el ING Arena, nuestro equipo estaba sometido a mucho estrés porque el espectáculo se alargó 45 minutos más de lo previsto. La interpretación del himno del festival, al final de la velada, fue realmente una carrera de última hora. Nos preocupaba que el público perdiera el último metro. El personal de seguridad estaba especialmente tenso debido al retraso. De hecho, el recinto se había vaciado considerablemente a medida que avanzaba la noche.

El desplazamiento de los artistas invitados de un espectáculo a otro también socavó gravemente la coherencia de las actuaciones. El tema general ya no se percibía realmente. Además, menoscabó la representatividad de la comunidad LGBTQI+, con, por ejemplo, un número mucho mayor de drag queens de lo previsto inicialmente en el ING Arena. Algunas actuaciones artísticas también

provocaron reacciones. Lamentamos que algunas personas malinterpretaran en qué consiste el arte burlesco y percibieran sexualización en el trabajo de artistas que, por el contrario, se apropian de sus cuerpos como herramienta de poder. Otros no apreciaron el mensaje político de ciertos números. No habíamos podido ver estos números con antelación (y, en algunos casos, ni siquiera los vimos porque estábamos entre bastidores). Aunque, obviamente, respetamos la libertad artística, creemos que, como productores de estos espectáculos, deberíamos haber tenido derecho a revisar el contenido.

Por último, la asistencia a los espectáculos fue decepcionante, a pesar de que casi todos figuraban como agotados. Estas son las cifras de los espectáculos para los que los asistentes al festival habían reservado sus propias entradas:

- La ceremonia de inauguración fue la que registró mayor asistencia. El 77 % del público previsto acudió a cada sesión.
- En el caso de *Treachery of Images*, al día siguiente en el Cirque Royal, la asistencia fue del 58 % en la primera función y del 64 % en la segunda.
- En el caso de «Royalties», el viernes, la asistencia fue aún menor: un 32 % en la primera función y un 33 % en la segunda.
- En la ceremonia de clausura, el 52 % del público previsto asistió a la primera sesión y el 62 % a la segunda.

En el ING Arena, los asistentes al festival no habían elegido sus asientos, pero todos habían recibido sus entradas por correo electrónico. Esperábamos algo más de 4 000 personas (asistentes al festival y público de pago). Apenas acudió el 42 % del público previsto. Asistió el 74 % del público de pago, pero apenas el 39 % de los asistentes al festival.

Sin duda, el calor influyó de manera decisiva en esta baja asistencia. Es probable que quienes se sintieron decepcionados con las primeras actuaciones no acudieran a las siguientes. Y, sin duda, el ING Arena se vio perjudicado por su lejanía del centro de la ciudad.

Nos gustaría elogiar el trabajo preparatorio de Simon, así como la labor realizada durante el festival en condiciones extremadamente difíciles. También queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a su equipo de ayudantes: Manon de Terwangne, Clémence de Terwangne y Alex Sartoretti. Estamos muy orgullosos de haber logrado poner en escena cinco espectáculos completos a gran escala, con una variada oferta artística. También nos ha impresionado la calidad de las actuaciones de los coros, que brillaron en los mejores escenarios de Bruselas. Por último, nos alegra enormemente ver el número de coros participantes y cuántos de ellos se sumaron al espíritu de colaboración (cada espectáculo incluía al menos una canción interpretada colectivamente por varios coros).

Sin embargo, seguimos sintiéndonos muy frustrados por la forma en que se llevaron a cabo estos espectáculos. No encontramos lo que esperábamos en cuanto a sincronización, coherencia, tema unificador o la narrativa proporcionada por los presentadores. Creemos que depositamos demasiada confianza en nuestro director artístico y no reconocimos suficientemente el alcance de nuestro papel como productores del espectáculo.

Este es el mensaje que queremos transmitir a los futuros equipos organizadores: no olvidéis nunca que solo vosotros conocéis el espíritu y la misión de Various Voices. Es vuestro deber garantizar que este espíritu se mantenga adecuadamente. Todas las decisiones deben ser aprobadas por la Junta Directiva, incluidas las decisiones artísticas.

También queremos señalar que organizamos cinco espectáculos de gran envergadura en tres recintos diferentes, lo que complicó enormemente la organización. ¿Deberían celebrarse todos los espectáculos en un único recinto? ¿Organizar un único espectáculo a gran escala? ¿Dividir la tarea entre varios directores artísticos? Son opciones que merece la pena explorar. Sin duda, también habría sido útil separar las tareas en responsabilidades puramente creativas y otras puramente operativas (requisitos técnicos, contratos, etc.). Dada la envergadura del festival, era evidente que resultaba demasiado para una sola persona. También recomendaríamos establecer planes de respaldo para todos los puestos clave (director artístico, director musical, etc.). Depender por completo de una sola persona conlleva un riesgo demasiado grande.

También hay que reflexionar detenidamente sobre la energía y el presupuesto que se desea dedicar a estos espectáculos. La velada en el ING Arena supone un presupuesto enorme (es, con diferencia, el evento más caro del festival). Uno de sus principales objetivos era reunir a todos los asistentes al festival en un mismo lugar. Sin embargo, acudieron menos de la mitad. ¿Mereció la pena el esfuerzo?

Por último, en un mundo ideal, el equipo creativo de «Sing Out Brussels!» debería haber participado en la preparación de estos espectáculos. Lamentablemente, este equipo ya estaba muy ocupado con los grandes espectáculos que el coro organiza cada año. Esto también puede explicar la brecha entre nuestras expectativas como coristas y el resultado final. Si tenéis la oportunidad, involucrad a vuestros miembros en el diseño de las actuaciones. Y si se cuenta con un director artístico, es esencial reiterar constantemente las reglas básicas de Various Voices: los coros deben ocupar un lugar central, y los artistas deben complementarlos y, a ser posible, interactuar con ellos. Estas conclusiones, extraídas por nuestro equipo justo al día siguiente del festival, también encontraron un amplio eco entre los asistentes en la encuesta posterior al festival (véase el capítulo correspondiente) y en el propio Simon, en un documento que resume los consejos que desea transmitir a futuros directores artísticos, y que podemos poner a disposición de los equipos pertinentes.

Conciertos callejeros

Los conciertos callejeros fueron los más fáciles de organizar. Durante el verano de 2025, identificamos lugares clave en el centro de Bruselas donde podrían celebrarse estos conciertos, con la ayuda de nuestro director musical, quien descartó ciertos emplazamientos que resultaban demasiado ruidosos. A continuación, solicitamos el permiso al Ayuntamiento de Bruselas, que nos fue concedido sin ninguna dificultad a finales de 2025.

En cuanto a los horarios, decidimos organizar los conciertos callejeros el miércoles por la tarde, para marcar el inicio del festival y despertar el interés por el evento, y el sábado por la mañana, para promocionar nuestro espectáculo nocturno en el

ING Arena. También estábamos decididos a evitar que los conciertos callejeros compitieran con los conciertos de la tarde, ya que esto habría provocado inevitablemente que el público abandonara las salas.

Dejamos claro desde el mismo proceso de inscripción que estos conciertos se celebrarían con un montaje mínimo (sin escenario, sin amplificación, sin equipo), debido a la falta de financiación disponible. No obstante, algunos coros que no cantan a capela actuaron en las calles de Bruselas, trayendo su propio equipo.

Debido al calor, los coros tuvieron que adaptarse, ya fuera eligiendo un lugar a la sombra para cantar o acortando la duración de su actuación. Al menos un coro decidió cancelar su concierto callejero.

¡Sabemos que a muchos coros les encantan los conciertos callejeros! Estos han contribuido enormemente a la visibilidad del festival en la ciudad. Por supuesto, no podemos sino animar a los futuros festivales a organizar eventos similares. ¡No cuesta nada y aporta tanta alegría!

Conciertos en el marco de las colaboraciones

En el «Rendez-Vous à Bruxelles» de 2024, varios responsables de coros nos dejaron claro que no se ofrecían suficientes oportunidades para dar conciertos, sobre todo porque algunos coros cantan con acompañamiento de piano y, por lo tanto, no pueden ofrecer conciertos callejeros.

Teniendo en cuenta que nuestro presupuesto no nos permitía alquilar salas de conciertos adicionales, decidimos buscar colaboraciones. Estamos encantados y orgullosos de haber logrado nuestro objetivo ofreciendo a los coros que lo desearan tres oportunidades adicionales de conciertos « ». La solicitud se realizó a través de un formulario de inscripción enviado a los responsables de los coros a principios de octubre de 2025 y cuyo plazo de presentación finalizó el 30 de noviembre de 2025.

Finalizamos el programa ofreciendo al menos una opción a todos los coros que lo solicitaron, teniendo en cuenta las peticiones de cada uno y sus respectivas limitaciones, como los horarios de actuación o los requisitos técnicos. Los coros que no respondieron al formulario de inscripción no fueron incluidos, por supuesto, en el programa.

A través de estos conciertos, no solo ofrecimos a los coros otra oportunidad de brillar, sino que también abrimos el festival a la ciudad, a sus residentes y a sus visitantes, ya que estos eventos no formaban parte del Pase del Festival y, en su mayoría, eran gratuitos. Animamos encarecidamente al futuro equipo organizador a establecer colaboraciones similares en su propia ciudad.

Visitas guiadas al Ayuntamiento

Gracias a nuestros estrechos vínculos con el equipo del Departamento de Igualdad de Oportunidades de Bruselas, nos pusimos en contacto con BME (Brussels Major Events), que organiza visitas guiadas al Ayuntamiento de Bruselas. A lo largo del

año se ofrecen de vez en cuando visitas guiadas temáticas (con actuaciones de danza o circo).

La BME nunca había probado esto con coros antes y respondió con entusiasmo a nuestra propuesta. El Ayuntamiento está abierto a los visitantes los miércoles, viernes, sábados y domingos por la tarde. Estas visitas se intercalaron con breves conciertos de 15 minutos con una configuración básica (sin micrófonos ni iluminación) en tres salas (la Sala Gótica, la Sala del Consejo y el Despacho del Alcalde), cada una de las cuales podía acoger a coros de diferentes tamaños dentro de este prestigioso edificio. En la Sala Gótica había un piano a disposición.

Nuestra tarea consistía en cubrir todas las franjas horarias asignadas para estas actuaciones. Nos gustaría aprovechar esta oportunidad para dar las gracias a los coros que aceptaron actuar dos veces, o que accedieron a hacerlo temprano el miércoles y tarde el domingo para cubrir los huecos. El festival recibió una compensación económica de 2.000 € por su labor de programación, mientras que la BME se hizo cargo de los gastos de afinación del piano, del suministro de bebidas y aperitivos, y de la producción de un vídeo resumen específico para las visitas guiadas. Los fotógrafos de la BME también captaron los momentos más destacados.

Nuestros voluntarios se encargaron de dar la bienvenida a los coros, mientras que el personal de la BME se ocupó de recibir al público en general. La organización fue un poco caótica el primer día, y el equipo del festival tuvo que intervenir para aclarar los detalles relativos a los camerinos, el acceso a las visitas guiadas y los desplazamientos dentro del edificio. Era la primera vez que nuestro equipo y la BME se enfrentaban a una situación así, pero supimos abordar los problemas de forma constructiva y, a partir de entonces, todo transcurrió sin contratiempos.

Estas visitas guiadas tenían un precio de entrada ligeramente superior al habitual para este tipo de visitas, dado el programa musical que se ofrecía. Esto se había comunicado claramente a los asistentes al festival a través de nuestra página web y nuestros boletines informativos. Sin embargo, algunos asistentes que no estaban al corriente de esta información reaccionaron de forma muy enérgica y presentaron quejas inapropiadas al personal de la BME o a nuestros voluntarios, lo cual lamentamos profundamente.

Durante el festival, el Ayuntamiento recibió a 508 visitantes, mientras que el aforo total durante los cuatro días era de 1.530 visitantes. Creemos que, más que el precio, fue el calor extremo lo que disuadió a los visitantes. No obstante, valoramos esta colaboración de forma muy positiva, ya que permitió que muchos coros actuaran en este recinto histórico.

Conciertos gratuitos en el Ayuntamiento

Los jueves, viernes y sábados, de 11:00 a 13:30, el festival acogió conciertos en la Salle des Milices, que el Ayuntamiento de Bruselas puso a disposición de forma gratuita. Esta sala se encuentra en la planta baja del Ayuntamiento de Bruselas y cuenta con acceso directo desde la Grand-Place.

El objetivo era ofrecer conciertos gratuitos abiertos a todo el mundo, especialmente a los turistas que paseaban por la Grand-Place de Bruselas. Dado que el evento era gratuito y el recinto era pequeño (120 butacas), no se previó ningún montaje técnico.

No llevamos la cuenta del número de asistentes, pero nos dijeron que el recinto siempre estaba lleno y que la cola en la entrada a veces era bastante larga. A pesar de un problema con el guardia de seguridad, que llegó tarde el viernes, y de un ambiente a veces ruidoso, el evento fue, por lo tanto, un gran éxito para nosotros, ya que permitió a la gente disfrutar del ambiente festivo fuera de nuestras salas de conciertos principales.

Vaux Hall Summer

Visit.brussels nos puso en contacto con el Departamento de Cultura del Ayuntamiento de Bruselas, organizador de Vaux Hall Summer, un festival gratuito que cada verano da vida a ese magnífico recinto de la Belle Époque situado en el Parque Real de Bruselas.

El festival fue el único responsable del programa en este recinto. El equipo de Vaux Hall Summer se encargó de dar la bienvenida a los coros y de instalar el equipo técnico. Los bares también estaban gestionados por Vaux Hall Summer. Los conciertos se celebraron todas las tardes del festival, de 18:30 a 20:30.

El inicio, el miércoles, fue un poco caótico, sobre todo en lo que respecta a la acogida de personas con movilidad reducida y a los problemas técnicos que requirieron la intervención del ingeniero de sonido del festival. También es lamentable que Vaux Hall Summer no proporcionara una solución de emergencia para proteger a los coros del sol a primera hora de la tarde.

No obstante, la experiencia fue muy positiva para ambas partes, con una elevada asistencia (480 personas el miércoles, 800 el jueves, 850 el viernes y 390 el sábado, mientras que el recinto tiene capacidad para un máximo de 1.000) y, sobre todo, un ambiente excelente todas las noches. Vaux Hall Summer reflejó fielmente el ambiente y el espíritu del festival.

Espíritu comunitario: programa social

Además del ya de por sí muy apretado programa musical, consideramos importante ofrecer un programa social diseñado para animar a los asistentes al festival a conocerse entre sí. Dada la magnitud del festival, resulta realmente difícil para muchos asistentes salir de su zona de confort para conocer a gente ajena a su propio coro.

La encuesta realizada tras el festival muestra que existe una demanda real de este tipo de eventos, aunque tuvieron distintos grados de éxito durante el festival. No obstante, animamos a los futuros equipos organizadores a elaborar un programa que incluya este tipo de actividades sociales, de acuerdo con sus propias preferencias.

La Villa del Festival

La Villa fue el punto de encuentro de los asistentes al festival, donde podían reunirse para tomar algo, charlar o participar en actividades socioculturales. Se instaló en el BIP (Brussels Info Point), las oficinas de nuestro socio visit.brussels, en el corazón del Barrio Real, donde se encontraban la mayoría de nuestras sedes.

Incluía el Cour d'honneur del BIP (una zona al aire libre con bares, food trucks, sillas y mesas), la «Salle des Guichets» en la planta baja del BIP, que podía utilizarse como ubicación alternativa en caso de lluvia y acoger actividades socioculturales, una sala de descanso para los voluntarios y una sala de trabajo para el equipo del festival y los fotógrafos y videógrafos.

El Village estuvo abierto durante cuatro días: el miércoles 24 de junio, de 12:00 a 23:00; el jueves 25 de junio, de 10:00 a 23:00; el viernes 26 de junio, de 10:00 a 23:00, y el sábado 27 de junio, de 10:00 a 18:00.

La recaudación del bar se dedujo del alquiler que había que pagar por los espacios. En cuanto a los dos food trucks, habíamos acordado una facturación mínima con los operadores, que no fue alcanzada por la tienda de patatas fritas. Por lo tanto, el festival tuvo que cubrir el déficit.

El Village cumplió plenamente su función como lugar de encuentro. Sin duda, podría haber tenido más afluencia. Probablemente el calor limitó el número de visitantes, ya que el espacio es muy abierto. No obstante, nos gustaría transmitir el siguiente mensaje al próximo equipo organizador: es esencial contar con una base que sirva tanto de lugar de encuentro como de centro de trabajo. Lo ideal es que esté situada cerca de los principales recintos del festival.

Visitas guiadas

Durante el festival se llevaron a cabo 11 visitas guiadas temáticas LGBTQI+ o feministas. Estuvieron dirigidas por organizaciones especializadas: el Museo de la Ciudad de Bruselas, L-tour y L'Architecture qui dégenre.

Estas visitas no estaban incluidas en el pase del festival. Ofrecimos la inscripción a un precio fijo de 11 €, destinándose este importe exclusivamente a la remuneración de los guías. Inicialmente se ofrecían 16 visitas. Cancelamos cinco de ellas debido al número insuficiente de inscritos. A las personas afectadas se les reembolsó el importe o se les reasignó a otra visita guiada.

En total, 269 asistentes al festival se inscribieron en una visita guiada. ¡Fue un gran éxito! No llevamos un recuento de la asistencia, pero sabemos que todas las visitas se llevaron a cabo y recibimos comentarios positivos de los guías.

Animamos encarecidamente a los futuros festivales a que organicen este tipo de visitas temáticas, que despiertan un gran interés y satisfacen una demanda real.

Ensayos de «Let Your Heart Be Heard»

Estos ensayos se organizaron en el marco del proyecto «Let Your Heart Be Heard», del que ya se ha hablado ampliamente anteriormente. Durante el festival, organizamos dos sesiones de canto en grupo, los jueves y viernes por la mañana. Estos ensayos tuvieron lugar en las salas Terarken del Bozar y estuvieron dirigidos por nuestra directora musical, Emily Allison. Cada ensayo reunió entre 100 y 200 participantes, que pudieron aprender o perfeccionar su interpretación del himno del festival.

Talleres

Organizamos cinco talleres por las mañanas durante el festival. Estos talleres estaban incluidos en el Pase del Festival.

Dado el aforo limitado de las salas de los talleres, pedimos a los asistentes al festival que se inscribieran. Por eso, antes del festival, cancelamos un sexto taller previsto inicialmente sobre la asequibilidad del festival, debido a la falta de inscripciones.

De los cinco talleres, dos salieron muy bien: «¿Por qué necesita un coro una estrategia?» y el taller sobre la inclusión de personas trans y no binarias en nuestros coros. El número de participantes fue inferior al de inscritos, pero los moderadores valoraron la calidad de los debates. Según tenemos entendido, los demás talleres (los derechos LGBTQI+ en Europa, el sentido de pertenencia a Europa y el taller histórico sobre coros) tuvieron una tasa de asistencia bastante baja. Algunos de ellos ya contaban con un número reducido de inscritos (menos de 20), pero en algunos casos solo participaron un puñado de personas.

A petición de los propios participantes, también dedicamos un rato a la hora del almuerzo a dos presentaciones: una a cargo de Yonatan Volfin, que está investigando el sentido de pertenencia en los coros LGBTQI+, y una lectura de Jules Balen de su libro *A Queerly Joyful Noise: Choral Musicking for Social Justice*. Estas dos sesiones, que estaban abiertas a todo el mundo sin necesidad de inscripción previa, también atrajeron a un público reducido.

Esta es una de las paradojas que puso de manifiesto la encuesta posterior al festival: muchos asistentes están claramente interesados en participar en debates y conocer a otras personas sobre estos temas, que son importantes para ellos como cantantes LGBTQI+, pero muy pocas personas participaron realmente en estos talleres.

El calor, la falta de interés, un programa ya de por sí muy apretado y el hecho de que estos talleres fueran quizá demasiado especializados son posibles explicaciones de la escasa asistencia. La calidad de los ponentes no se pone en duda, desde luego. Sin embargo, resultó muy incómodo haber invitado al director de ILGA-Europa, quien ofreció una presentación sobre la situación de los derechos LGBTQI+ en Europa ante un público de apenas tres personas...

Corresponde a los futuros equipos organizadores decidir si es adecuado o no ofrecer talleres durante el festival que vayan a organizar.

Actividades sociales

En cuanto a las actividades de ocio, ofrecimos una actividad cada noche, además de las dos funciones organizadas en el Bozar o en el Cirque Royal los miércoles, jueves y viernes: una noche de karaoke, un taller de baile y un concurso de preguntas y respuestas. Queremos dar las gracias a todos los voluntarios que se encargaron de estas actividades.

Estas actividades gratuitas (incluidas en el Pase del Festival) tuvieron una acogida desigual, sin duda por razones similares a las que afectaron a los talleres (el calor, un programa ya de por sí repleto). Sin embargo, la encuesta posterior al festival confirma la necesidad de organizar actividades de este tipo para animar a los asistentes al festival, procedentes de diferentes entornos, a conocerse y charlar.

A petición de Legato, también coordinamos la organización de un cóctel para los administradores de los coros. Este evento de networking tuvo lugar en la Salle des Guichets del BIP el jueves a la hora del almuerzo.

Por último, un delegado se puso en contacto con nosotros para ofrecerse a coordinar la organización de actividades para las personas que desearan mantenerse sobrias durante el festival. Creó un grupo de WhatsApp, que promocionamos a través de nuestro boletín informativo. Alrededor de un centenar de personas se unieron al grupo. Durante el festival, pusimos a disposición una sala para una reunión de recuperación de 12 pasos dirigida a quienes se encuentran en proceso de recuperación o a quienes sienten curiosidad por ello.

Fiestas nocturnas

Desde el principio planeamos organizar fiestas de baile todas las noches. En un principio, nos hubiera gustado organizar las fiestas en los propios recintos, pero no estaba permitido, ya que estos cerraban a las 23:00 h (razón por la que tampoco pudimos ofrecer actividades diferentes en el Village a partir de esa hora, aunque esa también había sido nuestra intención inicial, dado que no a todo el mundo le gustan las fiestas de baile). Finalmente, nos decantamos por el C12, una discoteca situada en el centro de la ciudad, cerca de nuestras salas de conciertos. El C12 cuenta con dos salas (C12 y C11) que ofrecen dos ambientes diferentes.

En Bruselas, el C12 es conocido por su política inclusiva. Allí se celebran regularmente noches queer. El personal está específicamente formado para acoger a la comunidad LGBTQI+ y el local es accesible. El C12 cuenta con su propio equipo de atención que interviene en caso de que se produzca algún incidente y ayuda a las personas con movilidad reducida a acceder a los aseos adaptados.

La organización de las fiestas de baile se encomendó a nuestro director artístico. Este contrató a varios DJ del ambiente queer de Bruselas para animar estas veladas. Su plan inicial era organizar fiestas en consonancia con la temática del espectáculo de cada noche, reuniendo así a los artistas y adaptando el ambiente y

la decoración cada noche. Sin embargo, por motivos presupuestarios, esto resultó inviable.

Al mismo tiempo, hicimos varios intentos por establecer una colaboración con Brussels Rainbow Village, la organización que agrupa a todos los negocios LGBQTI+ —en particular los bares— del barrio de Saint-Jacques. Enviamos un gran número de correos electrónicos, conseguimos concertar una reunión y despertar cierto interés, e hicimos un seguimiento en numerosas ocasiones... Pero nunca llegó a nada. Entre las posibles explicaciones se encuentran la proximidad del Orgullo de Bruselas, que tuvo lugar un mes antes del festival y les absorbió gran parte de su energía, y quizás también una cierta condescendencia hacia un festival de coros.

Sin embargo, durante el festival, las fiestas nocturnas tuvieron poca asistencia, lo que atribuimos a dos razones principales: el calor, que llevó a los asistentes a optar por el ambiente de los bares del barrio gay, y el ambiente en el C12, que no cumplió con las expectativas de los asistentes (iluminación demasiado tenue y música tecno que no se ajustaba a los gustos del público del festival). Además, mientras que varios asistentes elogiaron el carácter inclusivo del local, otros se quejaron de que no se sentían bienvenidos allí, especialmente las mujeres (sin duda debido a la iluminación y al ambiente predominantemente masculino de estos eventos).

Los eventos en el C12 solían estar reservados a los asistentes al festival que llevaban su acreditación, pero dada la escasa afluencia, el viernes decidimos que pudiera entrar cualquier persona que acompañara a un asistente con acreditación.

Quienes asistieron disfrutaron sin duda de la velada, pero, no obstante, tenemos varias quejas respecto al cartel y la organización de estos eventos, que hemos compartido con nuestro director artístico. Hubo claramente una falta de información a los DJ sobre el público objetivo y el tipo de música requerido (con la notable excepción de la noche del viernes). Tampoco se tuvo suficientemente en cuenta la iluminación del local para garantizar que los eventos se ajustaran mejor al ambiente cálido y acogedor del festival. Por último, contar con dos locales podría haber permitido crear dos ambientes diferentes. No fue así.

Dada la altísima afluencia de público en los bares del centro de la ciudad, lamentamos mucho que la colaboración con Brussels Rainbow Village no pudiera concretarse como nos hubiera gustado. Esto habría permitido que los bares estuvieran mejor preparados para la afluencia de visitantes. El ambiente en la Rue du Marché au Charbon durante el festival fue increíble (¡e incluso hubo algunos cantos espontáneos!) y esto también contribuyó en gran medida a la visibilidad y la reputación del festival.

A largo plazo, los próximos equipos organizadores del festival deberán plantearse si es necesario organizar una fiesta nocturna cada día. El programa del festival está repleto y la edad media de los participantes es de 50 años. Probablemente bastaría con un único evento principal por la noche, siempre que se establezcan colaboraciones con otros locales o eventos LGBTQI+ el resto de días.

Inclusividad

«Various Voices» sigue siendo un festival dominado en gran medida por hombres gais. Las mujeres, las personas transgénero y no binarias son menos numerosas y, por lo tanto, menos visibles. Los miembros de «Sing Out Brussels!» ya lo habían señalado durante la encuesta interna que realizamos tras el festival de Bolonia.

A la luz de esto, he aquí algunos ejemplos de iniciativas puestas en marcha para fomentar el sentido de pertenencia y el bienestar entre todos los participantes:

- Acercamiento proactivo a coros compuestos en su mayoría por mujeres, personas transgénero o no binarias, para animarlas a inscribirse en el festival
- Establecimiento de criterios para la lista de espera con el fin de dar prioridad a la inscripción de estos coros.
- Solicitar el nombre de pila preferido en el momento de la inscripción (este era el nombre que aparecía en la tarjeta de identificación).
- Solicitar los pronombres preferidos durante la inscripción.
- La opción de que los pronombres de cada persona aparecieran en la tarjeta de identificación, en un espacio previsto para ello y sin impresión previa, ya que los pronombres pueden cambiar con el tiempo
- Crear un «Village» pequeño e íntimo, con un ambiente relajado, cerca de los recintos del festival.
- Aseos de género neutro (con iconos específicos en carteles en las puertas cuando se indicaba el género).
- Uso de diferentes idiomas en nuestra comunicación (página web trilingüe)
- Elección de un recinto inclusivo con un equipo de atención para las fiestas nocturnas
- Un juego de letras en las acreditaciones para animar a los coros a ponerse en contacto entre sí
- La opción de que los coros interpretaran una canción junto con otros coros durante los espectáculos y las ceremonias (esto ocurrió al menos una vez en cada espectáculo).
- Amplia oferta de actividades sociales que permitían a los delegados conocerse y relacionarse.
- Diversidad de los artistas invitados (todas las letras del acrónimo LGBTQI+ estuvieron representadas en el escenario durante el festival).
- Se prestó especial atención al programa para garantizar que todos los tipos de coros tuvieran visibilidad (coros pequeños en grandes escenarios, etc.) y para evitar, por ejemplo, que varios coros SSAA cantaran al mismo tiempo en diferentes recintos.
- Organización de un taller sobre la inclusión de personas trans y no binarias en nuestros coros, impartido por personas con experiencia vivida.
- Colaboración con Plan Sacha para prevenir la violencia sexual y de género.

En general, el ambiente durante el festival fue excelente, y varios participantes nos comentaron lo satisfechos que estaban con el carácter inclusivo del festival. Por supuesto, no todo fue perfecto: muchas personas no se sintieron cómodas en espacios dominados por hombres o se sintieron inseguras en zonas públicas. La inclusividad es, sin duda, un proceso continuo que también dependerá en gran medida de cómo evolucione el perfil de los delegados en el futuro.

Accesibilidad

Bélgica va muy a la zaga en materia de accesibilidad: no existe ninguna ley que obligue a los gestores de los recintos a hacer accesibles sus instalaciones. Las asociaciones belgas que representan a las personas con discapacidad, así como las empresas de consultoría en materia de accesibilidad, llevan casi 20 años trabajando en este tema con los actuales representantes políticos y los departamentos gubernamentales, pero aún no han logrado que se apruebe dicha legislación. Además, Bélgica es un país con una estructura institucional compleja. Las normas de accesibilidad varían según se esté en Bruselas, Flandes o Valonia. Por último, Bruselas es una ciudad histórica (con numerosas calles empedradas y aceras estrechas y desiguales) y bastante accidentada.

Desde el principio nos dimos cuenta de lo importante que era tener en cuenta las necesidades de accesibilidad de los coros participantes. Pero también nos dimos cuenta de que nuestro pequeño equipo de voluntarios, con un presupuesto limitado, no podría resolver por sí solo todos los problemas para los que la esfera política aún no ha aportado una solución.

El cuestionario de inscripción de los coros incluía una pregunta sobre las necesidades de accesibilidad dentro de cada grupo. De él se desprendía que **el 32 %** de los coros inscritos contaba con miembros con necesidades especiales (en silla de ruedas, con dificultad para subir escaleras, que necesitaban sentarse en el escenario, personas ciegas, personas neurodivergentes o que necesitaban un espacio tranquilo).

El cuestionario de inscripción de los delegados incluía una pregunta sobre las necesidades de accesibilidad. Observamos que **el 3 %** de los delegados inscritos tenía necesidades de accesibilidad.

Consideramos que se necesitaba ayuda profesional para garantizar que estos delegados tuvieran la mejor experiencia posible. Colaboramos con Access-i, una organización belga especializada en apoyar a las entidades que desean hacer accesibles sus actividades. Access-i encargó a Esenca que, durante el otoño de 2025, llevara a cabo un análisis de nuestros recintos interiores y exteriores, así como de los itinerarios entre ellos. Los grupos destinatarios eran personas con movilidad reducida, personas con discapacidad visual y auditiva, y personas neurodivergentes.

Access-i formuló una serie de recomendaciones que nos permitieron, bien programar las actuaciones de los coros con necesidades de accesibilidad en recintos accesibles, bien adaptar los recintos para hacerlos accesibles.

Para financiar las mejoras necesarias en los recintos, solicitamos ayuda a Cap 48, una iniciativa benéfica coordinada por la RTBF para apoyar a las personas con discapacidad. Presentamos una solicitud de financiación en julio de 2025 y participamos en la campaña de recaudación de fondos de la organización en septiembre de 2025. Recibimos una ayuda económica de 10 000 €. En~~have~~ también decidimos destinar el superávit del Fondo de Solidaridad (aproximadamente 8 000 €) a gastos relacionados con la accesibilidad, lo que elevó el presupuesto total a casi 20 000 €.

Esta suma nos permitió financiar:

- La auditoría realizada por Access-i y la creación de la página web específica

- El alquiler de bicitaxis para ayudar a los asistentes al festival a desplazarse de un recinto a otro. Solo pudimos utilizar el servicio durante un número limitado de horas al día, por lo que lo restringimos a los conciertos de la tarde.
- En el ING Arena, la construcción de un ascensor y una rampa para que las personas en silla de ruedas pudieran acceder al escenario, así como la construcción de una escalera doble para reducir el tiempo que tardaban los artistas en subir al escenario.
- El alquiler de un minibús para transportar a las personas con movilidad reducida desde la estación de metro de Heysel hasta el ING Arena.
- La instalación de un bucle de inducción en el ING Arena.
- El alquiler diario de auriculares con cancelación de ruido.

Unas semanas antes del festival, enviamos a los organizadores del coro una ficha informativa de cada recinto, que incluía información sobre accesibilidad (acceso para el público, acceso al backstage, acceso a los escenarios).

Access-i creó una página web específica que ofrecía una visión general de la situación en cada recinto. La incluimos en el último boletín enviado a los delegados. El enlace a esta página web específica aparecía en la web del festival. La acreditación del festival también mencionaba que la información estaba disponible allí. La página web de Access-i ofrecía un mapa que mostraba las rutas más accesibles, al tiempo que dejaba claro que desplazarse resultaría difícil debido a las numerosas pendientes en las calles. Dada la gran variedad de nuestras sedes, no fue posible prever las rutas y las opciones de desplazamiento de cada asistente a la hora de desplazarse de una sede a otra. Además, el presupuesto del festival no permitía realizar modificaciones temporales en las carreteras. A juzgar por los comentarios recibidos en tras el festival, es muy probable que las personas afectadas no estuvieran al corriente de la existencia de esta página web.

Durante el festival surgieron varios problemas:
- En La Madeleine, los técnicos desplazaron unilateralmente una rampa de acceso que se había acordado, lo que impidió actuar a dos coristas en silla de ruedas.
- Los recintos que acogieron conciertos en colaboración (el Ayuntamiento y el Vaux Hall) no han sido auditados por Access-i. En el Ayuntamiento de Bruselas, a un artista neurodivergente acompañado de un perro de asistencia se le denegó inicialmente la entrada debido a la falta de una política municipal clara. En el Vaux Hall, algunas personas en silla de ruedas tuvieron dificultades para acceder al recinto.
- Por otra parte, un espacio de ensayo designado como accesible quedó inutilizable durante todo el festival cuando su ascensor se averió el primer día y no se reparó.
- En algunas salas, el personal se encargaba de ayudar a las personas con movilidad reducida. Cuando los teatros no proporcionaban este servicio, nuestros voluntarios asumían esta tarea. Sin embargo, no siempre disponían de la información necesaria para ofrecer la mejor orientación posible a las personas afectadas.
- Varios asistentes al festival también nos comunicaron que tuvieron dificultades para desplazarse por la ciudad.

Afortunadamente, otros asistentes al festival tuvieron una mejor experiencia y pudieron acceder sin dificultad a los escenarios y recintos de actuación designados.

En cuanto a los bicitaxis, transportaron a 112 personas y realizaron 62 trayectos.

A lo largo de todo el proceso de preparación del festival, nos sorprendió la falta de concienciación entre los responsables de los recintos respecto a la accesibilidad de los mismos, ¡no solo para el público, sino también para los artistas! Dado que el equipo del festival no es propietario de los recintos, nuestro margen de actuación era limitado. No obstante, sigue resultando sorprendente que fuéramos nosotros quienes tuviéramos que financiar las adaptaciones necesarias en el ING Arena, por ejemplo, en lugar de la propia dirección del recinto.

A pesar de todos nuestros esfuerzos, muchas personas con movilidad reducida vivieron experiencias difíciles (¡y a veces incluso traumáticas!) durante el festival. Esto es inaceptable en una ciudad que es la capital de la Unión Europea. A finales de agosto, enviamos una carta al Ayuntamiento de Bruselas y a los ministros competentes para informarles de las dificultades encontradas durante el festival y pedirles un plan de acción. Hasta la fecha, esta carta sigue sin respuesta.

Instamos a los equipos organizadores de futuros festivales a que tengan en cuenta las necesidades de accesibilidad desde el principio, tal y como hicimos nosotros, y a que comuniquen con antelación y de forma transparente las dificultades a las que pueden enfrentarse los asistentes al festival, tanto en el interior de los recintos como en los espacios públicos, al tiempo que expongan claramente la capacidad del equipo organizador para abordar estas cuestiones. La accesibilidad también debería convertirse en un criterio de selección en el proceso de designación de los coros organizadores, sin olvidar que no todos los países europeos cuentan con políticas bien desarrolladas y equivalentes en este ámbito.

Seguridad

Tras aprender de los comentarios recibidos de los miembros de Sing Out Brussels! tras el festival de Bolonia (especialmente de mujeres y personas trans o no binarias), , consideramos necesario trabajar con un equipo profesional para crear las condiciones que permitieran que el festival se desarrollara de la forma más fluida posible.

Por ello, firmamos un acuerdo con Plan Sacha, una organización belga francófona especializada en la prevención de la violencia sexual y de género en los festivales.

La colaboración incluye una jornada de formación para el equipo del festival en las instalaciones de Plan Sacha. También se formó a los responsables del equipo de voluntarios. Estas sesiones de formación tuvieron lugar en la primavera de 2026.

El equipo del festival ya había elaborado el código de conducta del festival en 2024, que todos los asistentes firmaron al inscribirse. Tras la formación, Plan Sacha apoyó a nuestro equipo proporcionándole un protocolo en el que se detallaba cómo actuar, a quién contactar y cómo tomar decisiones en función del tipo de incidente que pudiera surgir.

Siguiendo el consejo de Plan Sacha, varios voluntarios grabaron un mensaje para recordar a los asistentes el código de conducta, que se reproducía como locución de fondo con mucha frecuencia en nuestros recintos de actuación. Este mensaje, disponible en cuatro idiomas, tuvo un impacto significativo.

A su llegada a Bruselas, los asistentes al festival recibieron en su paquete de bienvenida una pulsera con los datos de contacto de Plan Sacha. La colaboración también se mencionaba en la acreditación.

«Various Voices» era, por supuesto, un festival completamente desconocido para Plan Sacha, cuyo equipo tuvo algunas dificultades para comprender su complejidad (la diversidad del programa y de los recintos). Sin embargo, Plan Sacha valora muy positivamente esta colaboración, que fue claramente reconocida y bien acogida por los asistentes al festival.

Durante el festival, se habilitaron «zonas seguras» por todo el recinto. Hubo una buena cooperación con los responsables de los recintos, y los voluntarios de Plan Sacha fueron bien recibidos. Todos los recintos del festival estaban vigilados por personal de seguridad, ya fuera parte del propio personal del recinto o de empresas privadas contratadas por el festival. Plan Sacha se puso en contacto de forma proactiva con estos equipos para sensibilizarlos sobre la naturaleza específica de nuestro evento.

Tras el evento, Plan Sacha no publica estadísticas, ya que estas podrían malinterpretarse. Muchas de las intervenciones se centraron en personas que necesitaban un espacio tranquilo o que sufrían ansiedad. Los principales problemas que surgieron en los recintos del festival incluyeron dificultades de accesibilidad para personas con movilidad reducida (véase la sección «Accesibilidad» de este informe), un incidente entre un agente de seguridad y asistentes al festival durante un espectáculo nocturno en el Cirque Royal (violencia física e insultos homófobos), así como incidentes de voyeurismo y exhibicionismo en el Vaux Hall.

Fuera del recinto del festival, varios asistentes sufrieron agresiones físicas o verbales. En la noche del jueves al viernes, tres personas fueron agredidas a un paso del barrio gay del que acababan de salir. El domingo, en la Gare Centrale, los asistentes al festival fueron objeto de insultos homófobos y les lanzaron líquidos.

Es importante señalar que la seguridad en los espacios públicos no era responsabilidad directa de nuestro equipo. Nuestro contacto con la policía se limitó exclusivamente a los actos del festival celebrados en espacios públicos —concretamente, los conciertos callejeros—, que fueron objeto de una vigilancia discreta.

El recurso a los servicios policiales a mayor escala fue objeto de debate durante el proceso de preparación del festival. La encuesta realizada tras el festival reveló que algunas personas de la comunidad reclaman una mayor presencia policial para sentirse seguras. Por el contrario, otros miembros de la comunidad asocian a la policía con la violencia dirigida contra ellos. Por lo tanto, no pudimos alcanzar un acuerdo unánime dentro del equipo para aumentar la presencia policial en torno al evento.

Sin embargo, tras el acto de vandalismo contra nuestras pancartas publicitarias a mediados de junio, nos pusimos en contacto con el alcalde de Bruselas y con el jefe de la policía local para solicitar que se prestara especial atención al festival. Nunca recibimos respuesta. Durante el festival, las víctimas del ataque homófobo tuvieron la sensación de que la policía desconocía la existencia del festival y de que su denuncia no se estaba tomando en serio. Tras el festival, no se les informó de ningún seguimiento de su denuncia. Conjuntamente, Legato y Various Voices Brussels 2026 enviaron una carta a las autoridades municipales, regionales y federales para expresar su preocupación por la falta de atención prestada a la seguridad durante el festival, así como por las deficiencias en el apoyo prestado a las víctimas y el seguimiento de sus denuncias. Actualmente se está elaborando en Bélgica un plan interfederal LGBTQI+ que debe abordar estas preocupaciones.

En cuanto a la asistencia sanitaria, los primeros auxilios los prestó, en general, el personal de seguridad. En el ING Arena, estuvo presente la Cruz Roja. En el Cirque Royal, hubo médicos de guardia durante cada espectáculo. El festival había adquirido botiquines de primeros auxilios, que no se utilizaron. Las instrucciones eran derivar a las personas con problemas médicos al 112 o a la Maison Arc-en-Ciel de la Santé (afiliada a RainbowHouse) y a las víctimas de violencia a RainbowHouse, que cuenta con equipos formados para atender a las víctimas. Sin embargo, nuestros voluntarios no recibieron información suficiente al respecto.

Aconsejamos a los futuros equipos organizadores que contraten un servicio similar a Plan Sacha en su país, con el fin de sensibilizar al equipo, llevar a cabo una labor preventiva y proporcionar apoyo a los asistentes al festival. También recomendamos ponerse en contacto de forma proactiva con la policía local, incluso si no hay eventos previstos en espacios públicos y aunque ello provoque tensiones internas. Asimismo, recomendamos proporcionar a los voluntarios documentación exhaustiva sobre los recursos sanitarios disponibles. No obstante, en relación con todas estas cuestiones, es importante reconocer que se trata de la prevención de riesgos. No existe el riesgo cero, y no es ni posible ni deseable mantener a todos los asistentes al festival bajo protección constante.

Sostenibilidad

La sostenibilidad ha sido una de nuestras principales preocupaciones desde el inicio del proyecto.

El transporte fue, por supuesto, un ámbito de especial atención. Por ello, quisimos fomentar los desplazamientos en tren. Preguntamos a los asistentes al festival por sus planes de viaje en el formulario de inscripción y repetimos la pregunta en la encuesta posterior al festival. Podemos estimar que el 58 % de los delegados viajó en tren y el 31 % en avión

Creamos un pequeño equipo de voluntarios para velar por la sostenibilidad del festival. Entre otras cosas, este equipo elaboró una tabla en la que se mostraban las posibles opciones para llegar a Bruselas en tren desde las ciudades de origen de todos los coros participantes. Nuestra colaboración con Eurostar fue, por supuesto, importante en este contexto.

Este equipo también nos aconsejó que solicitáramos la subvención de «Eco-Coaching» puesta en marcha por la Lotería Nacional. Gracias a esta subvención, firmamos un contrato con Tapio, que llevó a cabo este «eco-coaching» dentro del presupuesto establecido.

El reto al que nos enfrentábamos era que el festival es un evento puntual para nuestra organización, por lo que no es posible hacer un seguimiento de la evolución de nuestras emisiones año tras año. Por ello, Tapio se ha centrado principalmente en formular recomendaciones con el objetivo de reducir nuestra huella de carbono en el periodo previo al festival.

Estos son algunos ejemplos de las medidas de sostenibilidad que hemos puesto en marcha:

- Una acreditación sostenible fabricada en cartón, con un cordón de PET reciclado
- Un bolígrafo fabricado con ABS reciclado
- Una bandera de poliéster reciclado, entregada a cada coro. Nuestro objetivo es que los coros sigan utilizando esta bandera después del festival (el logotipo del festival aparece en ella en un tamaño muy pequeño). Dispone de una ranura para insertar un mástil, de modo que la bandera se pueda utilizar, por ejemplo, en eventos del Orgullo. Este verano nos dimos cuenta de que varios coros ya la habían utilizado con este fin.
- Marcas en el suelo realizadas con pintura de tiza lavable
- La decisión de colaborar con Redbubble para la tienda del festival con el fin de evitar residuos (los artículos solo se producen si se encargan, y a los artistas se les paga un salario justo).
- Decisión de colaborar con empresas locales para la comida y la bebida que se venden en la Villa del Festival, como las cervezas del Brussels Beer Project.
- Uso de vasos reutilizables en la Villa del Festival
- Uso de bicitaxis para transportar a los asistentes al festival de un recinto a otro.
- Decisión de trabajar con un servicio de catering vegetariano para los voluntarios y los equipos técnicos.
- Colaboración con empresas locales para cubrir las necesidades técnicas, logísticas y de comunicación.
- Promoción de artistas locales

Actualmente se está calculando la huella de carbono.

Voluntariado

La demanda de voluntarios en un festival de esta envergadura es enorme. No se trata solo de encontrar voluntarios que estén disponibles durante el festival, sino también antes del mismo, para ayudar a organizar el evento.

En 2024 organizamos una sesión de intercambio de ideas dentro de nuestro equipo para definir la compensación que se ofrecería a las personas que se comprometieran de forma voluntaria con el festival, tanto antes como durante el evento. Decidimos que cualquier persona que se ofreciera como voluntaria y que, además, fuera miembro de un coro participante, pagaría su cuota de inscripción al

festival. Este es el caso de los miembros de las juntas directivas de Various Voices Brussels 2026 y Legato.

No se animó a los miembros del coro Sing Out Brussels! a ofrecerse como voluntarios durante el festival, debido a su apretada agenda durante el mismo. Nuestra prioridad era reclutar voluntarios externos.

Para esta tarea, consideramos necesario recurrir a los servicios de alguien cuya función fuera gestionar a los voluntarios. En primer lugar, contratamos a Margot Ruelle, que cuenta con experiencia en la gestión de voluntarios para otros festivales de música. El contrato estipulaba que se le pagaría específicamente por esta tarea de reclutamiento de voluntarios, definición y planificación de tareas, y gestión de los voluntarios durante el festival. A petición de Margot, también invertimos en una aplicación específica para la gestión de voluntarios, Weezcreew. Margot comenzó su trabajo en septiembre de 2025, publicando un formulario de solicitud en línea y estableciendo los primeros contactos con los colegios. Sin embargo, en noviembre, Margot solicitó la rescisión del contrato debido a una oferta profesional más interesante. En diciembre de 2025, firmamos un contrato con otras dos personas, que asumieron las tareas de Margot Ruelle y se repartieron la remuneración acordada: Salomé Denos, que cuenta con una buena red de asociaciones y fue recomendada por Margot, y Gaël Larregaray, que se había encargado de la selección de voluntarios para el Brussels Pride 2025.

Dada la envergadura del festival, la variedad de recintos y las largas jornadas que conllevaba, estimaron que se necesitarían 400 voluntarios. Su tarea consistía en definir los tipos de trabajo que había que realizar: recibir al público, dar la bienvenida a los coros, gestionar la señalización, etc. A diferencia de los festivales más tradicionales, no había que organizar aparcamientos ni los voluntarios prestaban servicio de bar. Las convocatorias de candidaturas se lanzaron ya en febrero de 2026. La captación continuó hasta la víspera del festival. Lamentablemente, los resultados no estuvieron a la altura de las expectativas: se reclutaron alrededor de 150 voluntarios.

Lamentamos la falta de apoyo por parte de la red de la comunidad LGBTQI+ de Bruselas a la hora de dar a conocer nuestras convocatorias de voluntarios. También creemos que la captación se vio afectada por la falta de visibilidad del evento.

Una semana antes del festival se organizó una jornada de orientación para los voluntarios, con el fin de que todos pudieran conocerse y recibir una sesión informativa inicial.

Sin embargo, la comunicación no siempre fue la ideal. No fue hasta unos días antes del festival cuando descubrimos que no se habían cubierto puestos clave, como el de dar la bienvenida a los coros durante las pruebas de sonido de la mañana. Tampoco había suficientes voluntarios para los conciertos callejeros. Tuvimos que reorganizar todos los horarios. Durante el festival, tuvimos que lidiar con bastantes ausencias: algunos voluntarios no se presentaron a sus turnos sin avisar a nadie. Esto causó muchos problemas, sobre todo al comienzo de la jornada. La falta de voluntarios también dificultó la gestión de imprevistos. Además, nuestro equipo planteó peticiones adicionales que no se habían previsto o que no se habían comunicado con suficiente claridad. Esta situación provocó una gran reorganización de última hora, lo que se tradujo en una importante carga mental

y estrés que se podrían haber evitado con más reuniones preliminares y una campaña de reclutamiento más amplia.

También es importante reconocer que los voluntarios son responsables de prácticamente todo el funcionamiento del festival. Aparte de los equipos de seguridad y el personal técnico, había muy pocos empleados remunerados para apoyar las operaciones. Esta realidad supuso un reto considerable para los voluntarios, que habían subestimado el nivel de responsabilidad e que tendrían que asumir. Esto fue especialmente evidente en las zonas de recepción, donde los voluntarios no habían recibido la formación suficiente para responder a las preguntas. Desde la fase de preparación se subestimaron ciertos requisitos. Esto es totalmente comprensible, dado que se trataba de un evento de una envergadura que el equipo organizador no había experimentado nunca antes. No obstante, habría sido conveniente proporcionar más apoyo para la coordinación de los voluntarios.

Durante estos momentos difíciles, pudimos contar con el apoyo de los miembros de Sing Out Brussels!, que se ofrecieron voluntarios para intervenir y echar una mano. Los coordinadores de los voluntarios también realizaron un trabajo increíblemente eficaz. En general, todos los equipos —fácilmente reconocibles gracias a sus camisetas amarillas— trabajaron con buen ánimo a pesar de las difíciles condiciones.

Nos gustaría dar las gracias a todos nuestros voluntarios. Su entusiasmo, compromiso y motivación contribuyeron en gran medida al éxito del festival. Los aplausos que recibieron cuando subieron al escenario durante la ceremonia de clausura fueron realmente merecidos. El 5 de septiembre de 2026 se organizó una fiesta posterior al festival para los voluntarios con el fin de rendirles homenaje.

Estas son nuestras recomendaciones para mejorar de cara a Brighton:

- Es fundamental contar con profesionales motivados. Nunca lo habríamos conseguido sin la ayuda de Gaël y Salomé. Hicieron un trabajo increíble durante el festival, corriendo de un lado a otro para resolver problemas y yendo mucho más allá de lo que les habíamos pedido.
- Organizar al menos una jornada de trabajo con los coordinadores de voluntarios para informarles de cómo se organiza un día típico durante el festival y definir con precisión los requisitos.
- Organizar al menos una jornada de trabajo con los jefes de equipo (recepción de público, recepción de artistas, etc.) para ofrecerles instrucciones claras.
- Elegir una herramienta o aplicación que permita a los coordinadores de voluntarios presentar su plan de tareas a la junta directiva para identificar posibles carencias (algo que no era posible con Weezcrew).
- Dedicar mucha energía al reclutamiento y reclutar a muchos más voluntarios de los que se necesitan, teniendo en cuenta el número de personas que no se presentan.
- No descartes el voluntariado de los miembros del coro. Esto nos salvó de verdad durante el festival.
- Aclara la compensación prevista directamente con los voluntarios. Hubo muchos malentendidos sobre este tema en Bruselas porque los coordinadores de voluntarios habían facilitado información incorrecta.

- El equipo organizador no puede gestionar por sí solo todo el festival durante el evento. Solo éramos cinco y estuvimos corriendo de un lado a otro durante el evento, de un recinto a otro, intentando resolver problemas. Es esencial nombrar a un director de producción para cada recinto, que esté plenamente informado y sea capaz de tomar decisiones de forma independiente.

Comunicación durante el festival

La acreditación del festival

Para la insignia del festival, nos propusimos la tarea imposible de crear algo que fuera útil, práctico, divertido, sostenible y accesible, todo a la vez. Su creación es, sin duda, uno de nuestros mayores motivos de orgullo.

La insignia fue diseñada por Kidnap Your Designer. Incluía:
- un folleto de papel, diseñado para poder leerse sin tener que quitarse la insignia
- un cordón fabricado con material reutilizable, con un sistema de doble cierre para evitar que la insignia se dé la vuelta
- una hoja de pegatinas que reflejaba la identidad de cada asistente al festival, al tiempo que permitía cierta flexibilidad (es posible utilizar toda la hoja o solo algunas de las pegatinas para mayor privacidad)
- un bolígrafo fabricado con material reutilizable, para añadir información a determinadas pegatinas (pronombres, horarios de los conciertos).

El folleto de la acreditación contenía toda una serie de información práctica:
- Un mapa estilizado, que complementa a Google Maps
- Información práctica (Village, centro de bienvenida, accesibilidad, opción de ver el texto de la acreditación en francés y neerlandés)
- El reglamento del festival y los datos de contacto de Plan Sacha
- El programa diario del festival
- Un juego para fomentar la interacción entre los coros (encontrar letras para formar una frase)

Unos días antes del festival, reclutamos a unos quince voluntarios para preparar paquetes de bienvenida personalizados, que contenían una insignia, un cordón, una hoja de pegatinas, un bolígrafo de Various Voices, un folleto del festival Brighton 2030 y una pulsera de Plan Sacha. ¡Nos llevó dos días de trabajo preparar más de 4.000 paquetes de bienvenida! Fue un trabajo en cadena realizado en un ambiente estupendo.

La insignia, que servía de complemento físico a la página web, también actuaba como medio de identificación, reconocimiento e interacción para los asistentes al festival por toda la ciudad. Dedicamos mucho tiempo a prepararla y estamos encantados con el resultado.

Señalización

Dado que los recintos del festival se distribuían por varios puntos de la ciudad, consideramos importante invertir en señalización para ayudar a los asistentes a orientarse.

Dado nuestro compromiso con la sostenibilidad, estábamos decididos a evitar a toda costa el uso de láminas de plástico o materiales no reutilizables ni reciclables. Por ello, utilizamos diversos materiales y herramientas:

- Marcas de tiza en el suelo, con el logotipo del festival y flechas que señalaban las distintas sedes. Estas marcas se borran con la lluvia. Las aplicaron nuestros voluntarios el día antes del festival. Sin embargo, no se veían tan claramente en el suelo como nos hubiera gustado.
- Cinta adhesiva con los colores del festival, utilizada principalmente para la señalización en interiores.
- Siluetas a tamaño real con los iconos del festival. Estas siluetas podían utilizarse para exhibir carteles o, simplemente, para indicar el camino hacia lugares clave o dar visibilidad al festival durante los conciertos callejeros.
- Pequeños carteles con diversa información (el programa del día, los nombres de los recintos, los iconos del festival) o utilizados para indicar un cambio en la finalidad de un espacio (aseos de género neutro). Sin embargo, estos carteles se infrautilizaron, ya que no contábamos con suficientes voluntarios para colocarlos y cambiarlos a diario.

Sea cual sea la señalización que utilicen los futuros equipos organizadores, la clave está realmente en contar con un equipo suficientemente amplio de voluntarios que estén bien informados y se dediquen específicamente a colocar la señalización y a realizar comprobaciones diarias (supervisar y sustituir los carteles).

Fotógrafos

A lo largo de todo el proceso de preparación del festival, uno de nuestros mayores retos fue dar a conocer la esencia del mismo. Contábamos con muy pocos archivos fotográficos de ediciones anteriores y, los que teníamos, solían ser de tan mala calidad que no se podían utilizar. Esto nos planteó dificultades especiales a la hora de preparar nuestras solicitudes de subvenciones, buscar patrocinadores o ilustrar nuestra página web. Por ello, queríamos dejar un legado significativo para futuras ediciones del festival.

A principios de 2025, lanzamos una convocatoria y recibimos unas diez candidaturas de fotógrafos. Varios de ellos procedían del extranjero (Francia, España, Polonia...). Nos reunimos con ellos individualmente durante entrevistas en línea en agosto y septiembre de 2025. Definimos la remuneración en función de los turnos, proponiendo que cada fotógrafo cubriera cinco turnos. De acuerdo con las normas que nos habíamos fijado, nos negamos a pagar a los asistentes al festival en este contexto.

Nos sorprendió muy gratamente el entusiasmo de los candidatos. Firmamos un contrato con nueve de ellos a principios de 2026. Otros dos fotógrafos trabajaron como voluntarios.

Para compensar parcialmente el coste de los fotógrafos, decidimos vender las fotos a los coros participantes. De este modo, cada coro podía recibir un álbum de fotos de calidad profesional de sus conciertos y utilizar las fotografías para su propia comunicación (redes sociales, página web...). El precio del álbum de fotos era de 200 € para los pedidos realizados antes del festival. Al final, nunca llegamos a aplicar la tarifa de 300 € (para los pedidos realizados después del festival), dada nuestra sólida situación financiera. 52 coros compraron el álbum de fotos de su(s) concierto(s). Esto nos permitió cubrir alrededor de dos tercios de los costes de los fotógrafos.

Todas las fotografías del festival se enviarán a Legato, que ayudó a financiar el tercio restante de este legado con una aportación de 5.000 €. De este modo, Legato podrá transmitir estos impactantes recuerdos de las emociones que despertó el festival «Various Voices» a los futuros equipos organizadores.

Página web

La página web sirvió de complemento a la insignia, proporcionando información sobre el programa del festival y los coros participantes.

Habíamos barajado con Cobea la posibilidad de crear una aplicación específica para el festival, pero Cobea nos desaconsejó esta opción: desarrollar una aplicación es costoso y su impacto habría sido limitado, dado que el Festival de Bruselas es un evento puntual de cinco días y probablemente solo la habría descargado una pequeña proporción de los asistentes al festival. Por lo tanto, Cobea diseñó páginas web interactivas.

La página de coros permitía a los usuarios ordenar los coros por país, por tipo (SSSA, SATB, etc.) y por repertorio musical. La página de cada coro incluía datos biográficos, fotos, vídeos, las fechas y horarios de sus actuaciones durante el festival, así como el repertorio que se interpretaría durante el concierto de la tarde.

La página del programa permitía a los usuarios ordenar los eventos por tipo, lugar o fecha. En esta página también se incluía un programa simplificado, junto con enlaces a archivos PDF organizados por fecha. Este programa era especialmente complejo, con un gran número de enlaces a otras páginas (para cada lugar, para cada tipo de evento, etc.). Dado que la página web era trilingüe, esto supuso una gran cantidad de trabajo.

El sitio web también siguió siendo una herramienta útil para recabar información general sobre el evento (la página «Información práctica», la página «Entradas/Tienda»).

Las estadísticas de Google Analytics muestran que el tráfico del sitio web, que fue bastante bajo en los meses previos al festival, aumentó de forma constante a partir del 1 de junio, alcanzando su punto álgido el 21 de junio de 2026. Durante el festival, las páginas más visitadas fueron, como era de esperar, las de la programación (6.000 visitas al día), seguidas de las de los coros (3.500 visitas al día). El tiempo medio de permanencia en la web fue de unos 3 minutos, lo que indica una participación activa por parte de los asistentes al festival. Aunque las páginas en inglés fueron las más visitadas, también se consultaron las páginas en francés y

neerlandés, lo que demuestra que existía demanda para ellas. Una vez finalizado el festival, el tráfico de la web se desplomó, como era de esperar. Este análisis muestra que la web interactiva logró su objetivo.

Redes sociales

Durante todo el periodo de preparación del festival, una sola persona se encargó de gestionar las redes sociales del festival. A medida que se acercaba la fecha del festival, quedó claro que esta tarea tendría que repartirse sin falta durante el propio festival.

El equipo «Joy Team Communication» del coro organizador, Sing Out Brussels!, se ofreció a ayudar. Cinco voluntarios se turnaron para gestionar las redes sociales.

La mayor parte de su trabajo consistió en gestionar las historias compartidas en Instagram (¡había hasta una por minuto!), lo que generó contenido orgánico, un elevado número de visitas y nuevos seguidores. Además, cada mañana, el Joy Team recibía una selección de fotos preparadas por nuestros fotógrafos, lo que les permitía publicar una entrada diaria con los mejores momentos del día anterior. Estas entradas tuvieron muy buena acogida, con entre 500 y 800 «me gusta» cada día y entre 40 y 90 compartidos al día, dependiendo de la entrada.

Tras el festival, la comunicación continuó de forma orgánica, ya que volvimos a publicar todas las entradas de los coros y los asistentes al festival. Tras enviar las fotos a los coros que las habían adquirido, volvimos a observar actividad en nuestras redes sociales cuando los coros publicaron las fotos y nosotros las compartimos.

Nuestra comunicación tuvo un impacto positivo en el número de seguidores de las cuentas del festival. La página de Facebook del Festival Coral «Various Voices» contaba con 4.235 seguidores en junio de 2025. El 16 de junio de 2026 tenía 4.426 y el 28 de junio, 4.619. En Instagram, se produjo una prolongada pugna entre la cuenta de nuestro coro, «Sing Out Brussels!», y la del festival. Ambas contaban con unos 2.000 seguidores en 2023. Desde entonces, el festival ha superado con creces al coro. La cuenta del festival contaba con 4.660 seguidores a finales de agosto de 2026, frente a los 3.161 del coro. La publicación sobre las pancartas vandalizadas tuvo un gran impacto: 292 personas empezaron a seguirnos gracias a ella. Las publicaciones realizadas durante el festival también atrajeron a muchos seguidores, con picos de hasta 50 nuevos seguidores al día.

Una vez que se hayan publicado el vídeo resumen y el informe final, traspasaremos la gestión de nuestras redes sociales al equipo de Brighton.

Centro de Bienvenida

El Centro de Bienvenida del Festival estaba situado en el Auditorio 490. Fue allí donde, el miércoles 24 de junio, recibimos a los responsables de los coros que habían acudido a recoger los paquetes de bienvenida para todos sus miembros. Este espacio también sirvió como punto de información, donde siempre había al menos un voluntario disponible.

Lamentablemente, aunque los miembros del equipo organizador que se turnaban para trabajar allí conocían a la perfección todos los detalles de la organización del festival, no ocurría lo mismo con nuestros voluntarios, que a menudo se sentían algo desorientados ante la gran variedad de preguntas que se les planteaban. Como se ha mencionado anteriormente, habría sido necesaria una sesión informativa más exhaustiva. En retrospectiva, también deberíamos haber habilitado un Centro de Bienvenida en el Ayuntamiento, dado el número de eventos organizados allí.

Creemos que es esencial que los futuros equipos organizadores prevean un centro de bienvenida cerca de los principales emplazamientos del festival. Aunque toda la información esté disponible en la página web o en la acreditación, es importante contar con un punto de contacto humano, sobre todo cuando surgen situaciones de crisis.

Cobertura mediática

Durante el festival, la cobertura mediática corrió principalmente a cargo del medio de comunicación LGBTQI+ Ket, con sede en Bruselas, con el que manteníamos una colaboración. Ket publicó un artículo sobre el festival cada día: 24/06, 25/06, 26/06, 27/06

Lamentamos no haber recibido ninguna atención por parte de los medios de comunicación generalistas, especialmente de la televisión, que claramente no supieron reconocer la importancia y el impacto de nuestro evento, sobre todo teniendo en cuenta el clima internacional actual, que no es especialmente favorable para nuestra comunidad LGBTQI+. No obstante, intentamos llamar su atención sobre el evento en varias ocasiones, llegando incluso a creer que el festival podría haber sido objeto de un documental.

En este contexto, un medio de comunicación neerlandés sí que dedicó un artículo a nuestro evento.

Cabe señalar que, durante los preparativos del festival, estuvimos en contacto con dos personas interesadas en realizar un documental sobre el mismo (una en el Reino Unido y otra en Bélgica); sin embargo, a medida que se acercaba la fecha del festival, no volvimos a saber nada de ellas y estos proyectos no llegaron a buen puerto.

Comunicación de crisis

Durante el festival, tuvimos que hacer frente a dos situaciones de crisis: la ola de calor y la violencia homófoba dirigida contra los asistentes al festival. En estos momentos difíciles, nuestro equipo se mantuvo disponible y unido, aunque no siempre cumplimos nuestras directrices sobre el uso de la comunicación en situaciones de crisis.

Estas son las medidas de comunicación de crisis que se pusieron en marcha en respuesta a la ola de calor:

- El domingo 21 de junio se envió un boletín informativo a los administradores de los coros para informarles de las condiciones meteorológicas y ofrecerles

algunos consejos (llevar una botella de agua, beber mucho líquido, vestirse con ropa ligera, llevar un ventilador, etc.).
- El martes 23 de junio se envió un boletín de seguimiento a los delegados.
- Nuestro equipo artístico realizó anuncios sobre la división de los espectáculos en el Cirque Royal en dos partes, y nuestros presentadores hicieron anuncios desde el escenario.
- El sábado se envió un boletín con información sobre las condiciones en el ING Arena y en el que se aconsejaba a los coros que tenían programados conciertos en la calle que buscaran sombra y ajustaran la duración de su actuación si fuera necesario, o incluso que la cancelaran. Sin embargo, la mayoría de ellos siguieron adelante con sus actuaciones. Al menos un coro, con un número especialmente elevado de miembros de edad avanzada, decidió cancelarla.

Estas son las medidas de comunicación de crisis adoptadas en respuesta a la violencia homófoba:
- Contacto proactivo con las víctimas tan pronto como nuestro equipo tuvo conocimiento de sus identidades
- Publicación de un mensaje en las redes sociales condenando la violencia, instando a las autoridades a tomar medidas y animando a los asistentes al festival a ponerse en contacto con Plan Sacha en caso de cualquier problema.
- Tras el festival, se envió una carta solicitando un seguimiento del caso para las víctimas y detalles de las medidas adoptadas para garantizar que esto no vuelva a suceder.

Lo que más echamos en falta durante esos momentos de crisis fue un grupo de WhatsApp para compartir actualizaciones breves y rápidas. El boletín informativo es una herramienta demasiado engorrosa. Habíamos decidido no crear un grupo de WhatsApp para los delegados porque gestionar un grupo de 4.000 personas nos parecía una pesadilla. Como mínimo, habría sido necesario un grupo con un representante por coro para garantizar la rápida transmisión de la información, ya que, sin duda, cada coro tenía su propio grupo de WhatsApp.

Vídeo del festival

Agradecemos enormemente nuestra colaboración con La Horde Productions para rodar nuestro videoclip «Let Your Heart Be Heard». Decidimos seguir trabajando con esta empresa para producir un vídeo resumen del festival de gran calidad.

El objetivo es dejar un recuerdo imborrable, ofrecer a los asistentes al festival un recuerdo y proporcionar al equipo de Brighton una herramienta para promocionar el festival.

Nuestro presupuesto no nos permitió financiar la grabación de todos los conciertos del festival. Sin embargo, sí financiamos la grabación del espectáculo en el ING Arena, y los vídeos de este se publicarán en el canal de YouTube del festival.

DESPUÉS DEL FESTIVAL

Presupuesto del festival

Visión general

El presupuesto del festival fue de **1,2 millones de euros**.

Desde el inicio del proyecto, mantuvimos el presupuesto bajo control. Nuestra asociación llevó a cabo un ajuste presupuestario cada tres meses. Fue necesario un estricto seguimiento presupuestario para garantizar la correcta gestión de este proyecto, que se financió principalmente con las aportaciones de los asistentes al festival.

Desde el principio, habíamos elaborado varios modelos presupuestarios basados en distintas previsiones en cuanto al número de asistentes inscritos al festival.

Nuestra prioridad era asegurarnos de disponer de fondos suficientes para pagar las facturas esenciales antes o inmediatamente después del festival (alquiler del recinto, gastos técnicos y artísticos, atención a los asistentes, etc.). No se aprobaron varias inversiones hasta que estuvimos seguros de nuestra capacidad para financiarlas. Se trataba, por ejemplo, de gastos relacionados con la comunicación del festival (como la campaña de carteles en espacios públicos, el vídeo resumen del festival o los fotógrafos).

Trabajamos con un contable encargado del seguimiento financiero y fiscal de nuestro proyecto. Esta colaboración fue esencial, dada la cantidad de dinero que teníamos que gestionar.

El presupuesto varió considerablemente a lo largo de los meses. En función del número de inscripciones (que resultaron ser inferiores o superiores a lo previsto, según la categoría) o de si conseguíamos o no financiación, tuvimos que tomar decisiones difíciles o, por el contrario, liberar fondos para diversos proyectos.

Desde el inicio del proyecto y hasta la inauguración del festival, reservamos una partida equivalente al 10 % del presupuesto del festival (100 000 €). Esta reserva tenía por objeto permitirnos hacer frente a cualquier contratiempo inesperado durante el festival.

De este modo, pudimos iniciar el festival con un presupuesto equilibrado.

Financiación previa

Todo festival parte de cero. En este contexto, conseguir financiación previa supone un gran reto. Antes de que se abriera el plazo de inscripción, no contábamos con ninguna fuente de ingresos.

Recibimos dos aportaciones fundamentales que nos ayudaron a poner en marcha nuestras actividades:

- Un préstamo de 30 000 € de Legato. Este préstamo nos permitió financiar nuestras actividades durante los dos primeros años: los gastos de

constitución de la organización sin ánimo de lucro, los honorarios de nuestro contable, la creación de nuestra página web y el primer pago para la adquisición de la plataforma de inscripción Integra. Este préstamo se devolvió a Legato a finales de 2025.
- Donaciones de Sing Out Brussels!. A diferencia de la organización sin ánimo de lucro Various Voices Brussels 2026, el coro ha organizado actividades cada año, generando así ingresos. Llegamos a un acuerdo por el que dos tercios de estos ingresos se donarían al festival. A lo largo de cuatro años, el coro ha donado así casi 67 000 € al festival. Este apoyo ha sido vital para financiar los depósitos iniciales de las salas de conciertos, antes de que se abrieran las inscripciones.

Animamos a los siguientes coros organizadores a establecer un mecanismo similar para prefinanciar las actividades del festival antes de que se abran las inscripciones. Una vez abiertas las inscripciones, nunca volvimos a tener problemas de liquidez.

Ingresos

El siguiente gráfico muestra las principales fuentes de ingresos del festival. Tenga en cuenta que aquí presentamos un presupuesto simplificado. Facilitaremos un presupuesto detallado a Legato y al equipo de Brighton.

Las cuotas de inscripción de los delegados representan el 75 % de los ingresos del festival. Se trata de una cantidad enorme que demuestra lo esencial que es la contribución de los participantes para financiar un proyecto de este tipo. Las cuotas de inscripción al festival ascendieron a un total de 796 119 €. Otros ingresos procedentes de los delegados provienen de las reservas para visitas guiadas organizadas durante el festival (11 € por visita), que sumaron un total de 2 959 €. Este dinero se utilizó para pagar a los guías.

La segunda fuente principal de ingresos del festival fueron **las subvenciones públicas** (105 814 €), que representaron alrededor del 10 % de los ingresos del festival. Bélgica es un país complejo, con muchos niveles de gobierno y posibles fuentes de subvenciones públicas. Sin embargo, recaudar fondos no resultó tan fácil. La mayoría de las autoridades solo financian proyectos que se llevan a cabo en el año del evento (por lo que tuvimos que esperar hasta finales de 2025 para presentar la mayor parte de nuestras solicitudes específicas para el festival). Además, dada la difícil situación presupuestaria a la que se enfrentan los distintos gobiernos belgas, la mayoría de ellos han recortado las subvenciones que conceden. A continuación se detalla el desglose de las subvenciones recibidas:

- Koor&Stem: 2.500 € como parte de nuestra colaboración con esta federación flamenca de coros aficionados.
- Rayonnement de la Fédération Wallonie-Bruxelles: 18 000 € para el festival.
- Lotería Nacional - Eco-coaching: 5.000 €. Esta cantidad se destina específicamente a financiar el proyecto de eco-coaching llevado a cabo por Tapio para garantizar la sostenibilidad del festival.
- Ayuntamiento de Bruselas (Igualdad de Oportunidades): 1.950 € —En el marco del programa «Rendez-Vous à Bruxelles» (2024)
- Igualdad de oportunidades (Federación Valonia-Bruselas): 6 000 € para el videoclip «Let Your Heart Be Heard» (2025)

- Lotería Nacional: 10 000 € para el videoclip de «Let Your Heart Be Heard»
- Rainbow Visibilities (Francophones de Bruxelles): 2.250 € para el videoclip de «Let Your Heart Be Heard».
- Ayuntamiento de Bruselas (Cultura): Descuento de 6.000 € en el alquiler de la Madeleine (esta cantidad se dedujo de la factura de la Madeleine).
- Loterie Nationale: 10 000 € para el festival
- Flandes: 29 000 €, como parte del apoyo de la región a proyectos artísticos amateurs internacionales.
- Ayuntamiento de Bruselas (Cultura): 10 000 € para el festival
- Cap 48: 10 000 € para necesidades de accesibilidad.
- RainbowHouse Bruselas: 1.950 € para los ensayos de «Let Your Heart Be Heard» durante la semana del Orgullo.

La tercera fuente de ingresos fue **la venta de entradas al público** (el 7 % de nuestros ingresos: 80 748,00 euros). Ofrecimos cada evento (conciertos de tarde, espectáculos y ceremonias) al mismo precio: el precio básico era de 30 €. Había un precio reducido de 20 € para las personas que cumplían determinadas condiciones y un precio de colaborador de 40 €. Como había ocho eventos, la compra de todas las entradas correspondía al precio del Pase del Festival a la tarifa normal (240 €), sin acceso a las fiestas nocturnas, al Village ni a las actividades socioculturales. Durante los últimos meses, esta Entrada Completa del Festival estuvo disponible a la tarifa de última hora (290 €). Vendimos 77 Entradas Completas del Festival, 1 050 entradas para los espectáculos y ceremonias en el Bozar o el Cirque Royal, 621 Pases de Tarde y 534 entradas para el espectáculo en el ING Arena.

La cuarta fuente de ingresos procedió de **las cuotas de inscripción de los coros**, que ascendieron a 62 255 €, más los ingresos por el alquiler de salas de ensayo (3 900 €) y la venta de álbumes de fotos (10 400 €). En total, esto representa el 6 % de los ingresos del festival. Pusimos a disposición tres espacios de ensayo, con un sistema de alquiler por horas similar al de Bolonia. Aplicamos las mismas tarifas, teniendo en cuenta la inflación. Se reservaron todas las franjas horarias. Además, con el fin de cubrir los costes de los aproximadamente diez fotógrafos contratados para cubrir el festival, ofrecimos a cada coro la oportunidad de adquirir fotografías libres de derechos de autor de su(s) concierto(s). Cincuenta y dos coros adquirieron las fotografías. El festival no obtiene ningún beneficio de ello, ya que este dinero se destinó a pagar a los fotógrafos.

El resto (2 %) incluye:
- Ingresos del Fondo de Solidaridad (donaciones de coros y delegados, y recaudación del evento benéfico «Brussels In Harmony»). Sin embargo, no se trata estrictamente de ingresos, ya que la mayor parte de esta suma se utilizó para compensar las tarifas reducidas ofrecidas a los beneficiarios, y el saldo nos permitió financiar mejoras en la accesibilidad.
- Las cuotas de los socios. Para organizar el festival, creamos una organización sin ánimo de lucro (ASBL), independiente de nuestro coro Sing Out Brussels!. Invitamos a los miembros de Sing Out Brussels! a afiliarse a la ASBL Various Voices Brussels 2026 mediante el pago de una cuota simbólica de al menos 10 €. Esto les otorgaba derecho a voto en nuestras asambleas generales anuales y acceso ocasional a información exclusiva sobre los preparativos del festival.

- Ingresos de la tienda del festival. Por cada venta en Redbubble, nos quedábamos con un margen del 7 %, que se nos abonaba tras deducir las comisiones de la plataforma. Nuestro objetivo nunca fue obtener beneficios con esta tienda.
- La compensación económica recibida por organizar visitas guiadas al Ayuntamiento de Bruselas.
- Los intereses del dinero que depositamos en una cuenta a plazo fijo en 2025 para evitar que perdiera valor.

Nota sobre el patrocinio

La búsqueda de patrocinadores fue una tarea a cargo de nuestro socio visit.brussels. Hubo varios cambios de persona de contacto dentro de esta estructura, lo que retrasó el inicio de la labor de prospección. En 2024, su equipo elaboró finalmente un dossier y definió la compensación ofrecida a los patrocinadores. El equipo de visit.brussels también se había puesto en contacto con el equipo de Various Voices Munich 2018 para recabar opiniones sobre su experiencia.

Su labor de prospección no tuvo éxito, ya que nuestro evento estaba dirigido principalmente a un público internacional y, probablemente, porque la marca Various Voices no es nada conocida fuera del mundo de los coros LGBTQI+. También creemos que la proximidad del Orgullo de Bruselas, que celebró su 30.º aniversario en 2026, no jugó a nuestro favor. Tampoco lo hizo el clima internacional, que ha animado a las grandes empresas a dar un paso atrás en las políticas de diversidad e inclusión.

Por nuestra parte, intentamos establecer contacto con Brussels Rainbow Village, una organización que agrupa a empresas LGBTQI+ de Bruselas. Sus responsables difundieron nuestra convocatoria entre sus miembros con vistas a establecer colaboraciones comerciales. No recibimos ninguna respuesta. Nuestro equipo también se puso en contacto de forma proactiva con algunas empresas, sin éxito.

Como contábamos con los ingresos por patrocinios, nos vimos obligados a reducir este presupuesto a cero. Sin embargo, esto evitó complicados debates sobre el «pinkwashing» o el «greenwashing» de los posibles patrocinadores.

Por lo tanto, establecimos principalmente colaboraciones que se tradujeron en descuentos: Pianos Maene (alquiler de pianos o teclados eléctricos), Tipik (una campaña publicitaria doble en esta emisora de radio de la RTBF a cambio de entradas gratuitas), Bruzz (un descuento en el coste de una campaña publicitaria en esta emisora de radio regional de Bruselas a cambio de visibilidad para el festival).

Gastos

El siguiente gráfico muestra las principales partidas de gastos del festival. Nota: Para proteger la confidencialidad de nuestros proveedores, presentamos aquí un

presupuesto simplificado. Facilitaremos un presupuesto detallado a Legato y al equipo de Brighton.

La primera categoría de gastos se refiere al **alquiler de las salas de actuación** (388 000 € – 36 % de los gastos). Además de los costes de alquiler, esto incluye también los gastos accesorios (servicios de seguridad, limpieza, alquiler de sillas adicionales, etc.).

La segunda categoría de gastos más importante se refiere a **los costes técnicos** (alquiler de equipos, remuneración de nuestro director técnico y del ingeniero de sonido, y costes de los técnicos de sonido e iluminación durante el festival). El total asciende a 188 000 € (el 17 % de nuestros gastos).

La tercera categoría de gastos más importante se refiere a **los costes artísticos**. Esto incluye la remuneración de nuestro director artístico, nuestro director musical, los distintos artistas que actúan durante el festival, los derechos de autor, el alquiler de pianos y los costes del proyecto «Let Your Heart Be Heart» (grabación en estudio, videoclip, ensayos en Bozar). Esto representa el 13 % de nuestros gastos (137 000 €).

La cuarta categoría de gastos se refiere a **los costes de comunicación** (el 9 % de nuestros gastos: 93 000 €). Esto incluye los costes de creación y mantenimiento de la página web, los costes de producción de materiales visuales, los costes de las campañas de comunicación, los pagos a fotógrafos y videógrafos, y diversas suscripciones a herramientas de comunicación (para el boletín informativo o las redes sociales).

La quinta categoría de gastos se refiere a **los costes logísticos** (el 10 % de nuestros gastos: 95 000 €). Esto incluye, en particular, el acondicionamiento del Village y los pagos a proveedores, el catering para los equipos técnicos y los voluntarios durante el festival, la producción de acreditaciones y señalización del festival, así como los costes de adaptación de los recintos para que sean accesibles.

La sexta categoría de gastos se refiere a **los costes de la plataforma de venta de entradas y de inscripción** (el 4 % de nuestros gastos: 45 000 €). Esto comprende el coste de adquisición de la plataforma de inscripción Integra, las comisiones cobradas por nuestro procesador de pagos Stripe y las comisiones por la venta de entradas.

El 11 % restante (100 000 €) incluye **gastos diversos**: comisiones bancarias, seguros, gastos administrativos de la organización sin ánimo de lucro, honorarios del contable, remuneración del equipo de coordinación de voluntarios, la cuota de licencia pagada a Legato y los gastos del Programa de Apoyo (compra de billetes de avión y de tren para el coro ucraniano).

Resultados financieros

En el momento de redactar este informe, las cuentas del festival aún no están cerradas. Es poco probable que nuestra asociación se disuelva antes de principios de 2027.

Sin embargo, los resultados financieros del festival son muy positivos. Como se ha explicado anteriormente, habíamos reservado aproximadamente el 10 % del presupuesto del festival (100 000 €) para cubrir cualquier imprevisto durante el evento. Finalmente, pudimos llevar a cabo el festival sin tener que recurrir a este fondo de contingencia. Además, la venta de entradas para los actos del festival continuó hasta el último día del mismo, lo que generó ingresos adicionales no previstos.

De este modo, pudimos realizar una donación de 67 000 € a Sing Out Brussels!, una cantidad equivalente a la suma que el coro había donado para prefinanciar el festival.

El saldo restante asciende a aproximadamente 50 000 € (la cifra exacta se determinará una vez que se hayan abonado las facturas finales). Este saldo se repartirá entre Legato (a quien, según los términos del contrato, estamos obligados a pagar al menos el 25 % de los ingresos del festival), el festival Various Voices Brighton 2030 y Sing Out Brussels!.

Equipo del festival

El equipo del festival estaba formado, por orden alfabético, por Stefano Abruzzini, Walid Aissaoui, Marina Belotti, Christophe Cordier y Damien Wauters. Sí, ¡solo cinco personas trabajaron incansablemente como voluntarios para organizar este festival! Todo lo que acabas de leer fue posible gracias a ellos.

Entre ellos, dos personas participaron a lo largo de todo el proyecto, desde la presentación de la candidatura hasta el último día del festival: Marina Belotti y Christophe Cordier, quienes se encargaron conjuntamente de la coordinación general del evento.

A partir del festival de Bolonia de 2023, el equipo del festival celebró una reunión al mes, de unas cuatro horas de duración, para preparar el evento. En los seis meses previos al festival, la frecuencia aumentó a dos reuniones al mes (incluida una reunión en línea). También se organizaron jornadas de trabajo ocasionales. Sin embargo, es imposible calcular la cantidad de trabajo realizado entre estas diversas reuniones.

Es importante tener en cuenta que la carga de trabajo que supone organizar el festival es enorme y no tiene nada que ver con el trabajo voluntario que se realiza en nuestros coros. Dentro del equipo, dos personas se jubilaron durante el proceso de preparación del festival y otra pudo ajustar su horario laboral para disponer de más tiempo libre. Esto les permitió trabajar casi a tiempo completo en el festival. Sin ello, probablemente nunca lo habríamos conseguido. A medida que «Various Voices» sigue creciendo, surgen naturalmente preguntas sobre el futuro del festival. Volveremos sobre este tema en la conclusión de este informe.

La selección del equipo resultó ser todo un reto. Nuestro coro, Sing Out Brussels!, ya ofrece numerosas oportunidades de voluntariado puntual o continuado (junta directiva, subgrupos temáticos: artístico, de comunicación, de creación de comunidad y de estrategia). Dentro de este grupo de 80 personas, la mayoría de las que tenían el perfil adecuado para apoyar la organización del festival solían estar

ya comprometidas con otras actividades de voluntariado.

La envergadura del proyecto también supuso un obstáculo. Muchas personas se mostraban reacias a comprometerse, temiendo (¡y con razón!) la carga de trabajo. El tiempo que faltaba hasta el evento también fue un factor disuasorio: resulta más emocionante participar en la preparación de un espectáculo que tendrá lugar dentro de seis meses que en la preparación de un festival que se celebrará dentro de cuatro años.

Nuestro equipo estaba formado por hasta siete personas, cada una de las cuales aportaba al proyecto sus puntos de vista, sus áreas de interés y su experiencia. Esto funcionó relativamente bien durante los dos años en los que nuestras reuniones consistían principalmente en sesiones de lluvia de ideas para definir la identidad del festival. Una vez que nos metimos de lleno en los detalles y la carga de trabajo empezó a aumentar, junto con los riesgos financieros que conllevaba, el reparto del trabajo dentro del equipo se volvió cada vez más desequilibrado, al tiempo que surgieron diferencias de opinión sobre cómo se estaba gestionando el proyecto. Esto provocó tensiones y la salida de varios miembros. El equipo restante continuó organizando el festival, manteniéndose unido y trabajando juntos de una manera muy constructiva.

Nos gustaría compartir aquí nuestra experiencia y transmitir estos mensajes a los futuros equipos organizadores:

- Organizar el festival no es un pasatiempo. Es un trabajo. Un trabajo a tiempo parcial al principio, pero a tiempo completo a medida que se acerca la fecha del festival.
- El peso de la responsabilidad que recae sobre el equipo organizador es muy grande, mucho mayor que el de dirigir un coro. La envergadura del proyecto, el número de personas que participan en el evento, el número y el tamaño de los recintos contratados, los profesionales con los que hay que trabajar y el enorme presupuesto son, todos ellos, fuentes de estrés.
- Para formar el equipo, hay que reclutar voluntarios que estén dispuestos a trabajar, no solo a dar su opinión. Es fundamental identificar, desde el principio, a las personas encargadas de áreas específicas (sedes de las actuaciones, financiación, accesibilidad, sostenibilidad, inscripciones, programa, etc.) y asignarles funciones desde el inicio. En un mundo ideal, cada responsable debería tener un suplente por si surgen problemas (y siempre surgen problemas).
- Recluta a mucha gente, incluso fuera de tus coros. Ahora que llegamos al final de la redacción de este informe, nos parece increíble que entre los cinco hayamos conseguido todo esto. Aunque pudimos hacer frente a los preparativos, las cosas se complicaron mucho más durante el festival. No éramos suficientes para hacer frente a todas las crisis y todos los problemas que había que resolver, ya fueran técnicos o interpersonales. Lo ideal habría sido contar con suficiente personal para asignar una persona de contacto a cada sede del festival en todo momento.
- Es inevitable que surjan tensiones dentro del equipo: algunas personas eludirán sus responsabilidades, otras asumirán demasiadas, los voluntarios pedirán que se les pague y las diferentes visiones entrarán en conflicto. Nadie sale indemne de todo esto. Organizar «Various Voices» significa establecer muchas conexiones maravillosas, pero también ver cómo se rompen amistades.

- A veces pasarás horas debatiendo un tema que te parece importante, mientras descuidas otra cuestión que no parece problemática. Y descubrirás durante el festival que deberías haber hecho lo contrario...
- Es un proyecto LGBTQI+ que todos los coros esperan con ilusión durante cuatro años. Sus expectativas respecto al evento son enormes. Cada delegado desea, con toda razón, ser reconocido y respetado por lo que es. Sus expectativas son a veces irreconciliables. Por lo tanto, es imposible que el 100 % de los delegados quede 100 % satisfecho con la organización del festival. Dado que el propio equipo organizador es también participante, cada crítica resulta muy difícil de aceptar. Organizar el festival significa recibir mucho cariño y gratitud, pero también implica que, inevitablemente, habrá decepciones.
- No esperes disfrutar del festival como cualquier otro delegado. Aunque pienses, como nosotros, que todo está listo y que nada puede salir mal, inevitablemente tendrás que hacer frente a crisis y a imprevistos.
- Tras el festival, sin duda necesitarás un poco de tiempo para volver a poner los pies en la tierra. También un poco de tiempo para centrar tu atención en los recuerdos positivos, y no solo en lo que salió mal. Sé amable contigo mismo: ¡lo que has conseguido es increíble!

Evaluación del festival e impacto económico

La encuesta posterior al festival se envió a través de nuestro boletín informativo dos días después de que finalizara el festival. Unos días más tarde se envió un recordatorio. Cerramos la encuesta dos semanas después de que terminara el festival. Su objetivo principal es ofrecer recomendaciones a Legato y al equipo de Brighton de cara a futuros festivales.

Recibimos 1.161 respuestas, lo que representa alrededor del 30 % de los participantes. No obstante, esta muestra es representativa del perfil de los participantes en cuanto a diversidad de edad, origen y situación profesional.

Aquí encontrarás un resumen de las principales conclusiones de esta encuesta. Las respuestas detalladas y las distintas tablas se pueden consultar a través de este enlace. Dado que las preguntas abiertas generaron en ocasiones más de 700 respuestas, utilizamos la inteligencia artificial para identificar los aspectos clave a los que prestar atención.

Para el 40 % de los encuestados, Bruselas fue su primer festival «Various Voices». Estos encuestados son, naturalmente, más jóvenes y este porcentaje es mayor entre los delegados procedentes de España, Italia y Estados Unidos. La mitad de ellos afirmó que nunca antes había participado en un evento internacional LGBTQI+, ni a título personal ni con su coro. Quienes ya habían participado en este tipo de eventos mencionaron principalmente los desfiles del Orgullo, el festival «Hand in Hand» u otros festivales nacionales o regionales similares en Europa y EE. UU., así como los Gay Games o los Euro Games.

El festival permitió al 38 % de los encuestados conocer a más gente nueva de la que esperaban. El 40 % conoció a gente nueva, pero menos de la que esperaban. Para la gran mayoría de los encuestados, el festival también desempeñó un papel

importante en su sentido de pertenencia a la comunidad LGBTQI+ o en su sensación de sentirse representados como personas LGBTQI+.

En la siguiente pregunta abierta («¿Qué ha supuesto para ti VV2026?»), el 40 % de los encuestados expresó alegría, felicidad, renovación emocional o un impacto emocional positivo igualmente intenso. Aproximadamente el 25 % se refirió a la comunidad o al sentido de pertenencia. Aproximadamente entre el 20 % y el 25 % mencionó la inspiración artística, musical o relacionada con la interpretación. Aproximadamente el 18 % se refirió a la visibilidad, la política, el orgullo o el activismo. Aproximadamente entre el 10 % y el 15 % mencionó las conexiones internacionales y/o el fortalecimiento de su propio coro. Aproximadamente el 12 % expresó algún elemento explícitamente negativo o crítico.

Lo que más impresionó a los encuestados fue la oportunidad de asistir a conciertos de otros coros (el 86 % eligió esta opción), la posibilidad de cantar en el escenario con su propio coro (el 62 % eligió esta opción) y pasar tiempo con sus amigos (el 57 % eligió esta opción). Es interesante señalar aquí que los encuestados dieron prioridad a haber asistido a conciertos de otros coros frente a mencionar sus propias actuaciones.

Una de las preguntas se refería a la sensación de seguridad en los recintos del festival. La gran mayoría de los asistentes se sintió segura bien todo el tiempo (el 53 % de los encuestados), bien la mayor parte del tiempo (el 38 % de los encuestados). Los encuestados consideran el festival como una «burbuja segura» y valoraron la ayuda prestada por los voluntarios y el equipo de Plan Sacha. Sin embargo, un 5 % afirmó sentirse muy inseguro. Este porcentaje es ligeramente superior entre los delegados italianos y españoles (9 %) y menor entre los franceses, alemanes y neerlandeses (1 %). Estas personas son, en general, las mismas que expresaron un descontento general con el festival. Mencionaron principalmente la falta de seguridad en los espacios públicos, sobre todo por la noche, y pidieron una mayor presencia policial o de seguridad privada. Las respuestas también destacaron el calor (aire acondicionado, acceso al agua), los problemas de accesibilidad, la señalización y el transporte entre recintos, así como un deseo e e de una mayor diversidad LGBTQI+ entre los participantes y en la programación del festival.

La encuesta también evaluó el impacto económico del festival.

En cuanto al alojamiento:

- el 50 % de los encuestados se alojó durante 4 noches en Bruselas, el 23 % durante 5 noches y el 22 % durante más de 5 noches. Los delegados estadounidenses fueron los más numerosos en esta última categoría. Por el contrario, los italianos y los españoles fueron los que más probablemente se quedaron solo 2 o 3 noches, lo que se hace eco de la observación realizada anteriormente en este informe sobre el elevado coste del festival para los cantantes de estos países, que, sin embargo, no se benefician del Programa de Apoyo.
- El 60 % de los encuestados se alojó en un hotel. El 26 % se alojó en un alojamiento compartido, como un Airbnb. El 10 % se alojó en un albergue juvenil, pero este porcentaje ascendió al 30 % en el caso de los encuestados polacos, checos y estonios.

- Los participantes gastaron una media de 118 € por noche en alojamiento. En este aspecto se observan diferencias significativas entre los distintos grupos de países.

En cuanto al transporte:

- El 58 % de los encuestados viajó en tren y el 31 % en avión, lo que concuerda con las intenciones manifestadas en el momento de la inscripción. Como era de esperar, el tren fue la opción preferida por quienes procedían de países vecinos (Alemania, Países Bajos, Francia y Reino Unido).
- El coste medio del transporte fue de 287 € por persona. Por supuesto, existen diferencias significativas en función de la distancia recorrida (los encuestados de EE. UU. y Escandinavia gastaron más; los de Francia, los Países Bajos y Alemania, menos).

Otros gastos durante la estancia (comida y bebida, bares, transporte, museos, compras, etc.) ascendieron a una media de 427 € por delegado. Cabe señalar que, entre las actividades de ocio de los delegados al margen del programa del festival, los estadounidenses se decantaron por las actividades culturales (museos, etc.), mientras que los italianos, españoles, británicos e irlandeses prefirieron las actividades de la comunidad LGBTQI+ (bares, discotecas, etc.).

Si excluimos a los delegados belgas de este cálculo, podemos estimar, por tanto, que el gasto total de un delegado extranjero medio ascendió a 1.257 €, a lo que hay que sumar la cuota de inscripción —por ejemplo, 190 € con la tarifa de inscripción anticipada—, lo que eleva el total a 1.447 € por persona.

Con 4.040 delegados, el impacto económico del festival puede estimarse, por tanto, en más de 5 millones de euros, es decir, cinco veces el presupuesto del festival.

Esto ilustra también la elevada inversión que supone el festival para los miembros de los coros, un evento que, sin duda, no es asequible para todos los presupuestos sin apoyo financiero. De hecho, el 30 % de los encuestados recibió apoyo financiero de su coro. Este porcentaje asciende al 70 % entre los encuestados de países de Europa del Este, Italia y España, y entre los menores de 35 años. Se sitúa por debajo del 5 % en el caso de los delegados estadounidenses. Cabe señalar que, en el momento de la inscripción, el 56 % de los coros había indicado que contaba con un programa de apoyo interno para sus miembros. También hay que destacar que 690 personas (el 17 % de los delegados) recibieron apoyo directo del festival (Programa de Apoyo, Fondo de Solidaridad o pagos a plazos).

Uno de los principales objetivos de la encuesta era determinar si «Various Voices Brussels 2026» había cumplido las expectativas de los asistentes al festival en tres ámbitos: espíritu comunitario, organización general y programa artístico.

Este es claramente el caso en lo que respecta al espíritu de comunidad. Para el 57 % de los encuestados, el festival cumplió sus expectativas. Para el 31 %, el festival incluso superó sus expectativas. Sin embargo, el 12 % expresó su decepción al respecto. De cara al festival de Brighton 2030, los encuestados formularon las siguientes recomendaciones: más oportunidades para conocer y establecer vínculos con otros coros, más ocasiones para cantar juntos y un mayor énfasis en la inclusividad, la diversidad y la accesibilidad del festival. Todos estos puntos se

habían tenido en cuenta en Bruselas, pero, obviamente, siempre hay margen de mejora.

La organización general del festival también recibió una buena valoración. Para el 53 % de los encuestados, el festival cumplió sus expectativas. Para el 29 %, el festival incluso superó sus expectativas. Los encuestados aportaron muchos comentarios positivos. Sin embargo, el 18 % expresó su decepción al respecto. De cara al festival de Brighton, las recomendaciones se centran principalmente en la comunicación (boletines informativos más breves y eficaces), la calefacción y el aire acondicionado, el refuerzo del equipo de voluntarios (tanto en número como en formación), el programa del festival (menos apretado, con más tiempo para las pruebas de sonido), un sistema de venta de entradas más sencillo y prestar especial atención a la accesibilidad y la inclusividad, etc.

El programa artístico es el tema más controvertido. Para el 50 % de los encuestados, el festival cumplió sus expectativas. Para el 22 %, el festival incluso superó sus expectativas. Sin embargo, el 28 % expresó su decepción al respecto —casi uno de cada tres encuestados—. El mensaje clave transmitido al equipo de Brighton coincide con las conclusiones extraídas por nuestro equipo. El objetivo es reorientar los espectáculos hacia los coros y, en consecuencia, restar importancia a los artistas invitados. Las recomendaciones también abarcan la accesibilidad de los recintos, las condiciones técnicas, la calidad de las actuaciones, la coherencia de los espectáculos y la representación de toda la comunidad LGBTQI+. El carácter político del festival es un punto de atención sobre el que se han formulado recomendaciones contradictorias. Para algunos, el festival debería ser más político. Otros creen que debería serlo menos.

Un festival de cinco días parece satisfacer a los delegados. El 84 % de los encuestados está satisfecho con la duración actual del festival. El 9 % considera que es demasiado largo y preferiría un programa condensado en tres días. Solo el 7 % desearía un festival más largo.

En cuanto a las oportunidades de dar conciertos, a la mayoría de los encuestados que solo ofrecieron uno o dos conciertos les gustaría dar más. Cabe señalar aquí que este número limitado de conciertos fue una decisión de los responsables de sus coros, un hecho del que quizá los encuestados no sean conscientes. Por lo tanto, tres o cuatro oportunidades de dar conciertos parecen ser un número adecuado. Ya hemos visto anteriormente que la mayoría de los coros (71 de 114) aprovecharon esta oportunidad.

En cuanto a las expectativas respecto al festival de Brighton, los delegados dieron prioridad a ofrecer conciertos con su coro, disponer de tiempo suficiente para asistir a los conciertos de otros coros y tener la oportunidad de conocer a gente nueva.

La encuesta también evaluó el conocimiento de Legato, la federación europea de coros LGBTQI+. El 75 % de los encuestados ya había oído hablar de Legato antes de llegar a Bruselas. Legato se asocia principalmente con Various Voices: el 56 % de los encuestados sabe que Legato supervisa el festival Various Voices (concediendo licencias y apoyando a las ciudades anfitrionas para que organicen el festival). Las demás actividades de Legato son menos conocidas. La Legato Academy (que, hay que reconocerlo, está dirigida principalmente a los gestores de coros) es muy poco

conocida. El 47 % de los asistentes al festival nunca había oído hablar de ella. Las expectativas de los asistentes al festival respecto a Legato se centran, en particular, en: reforzar los vínculos entre coros, organizar festivales con mayor regularidad, actividades de formación, desarrollar una cultura musical LGBTQI+, iniciativas relacionadas con la inclusión, la diversidad y la accesibilidad, y potenciar el papel político y de defensa de Legato.

Los resultados detallados de la encuesta se transmitirán, por supuesto, a Legato y al equipo de Brighton.

Conclusión

Nuestro viaje termina aquí. Ahora cerramos el capítulo de Various Voices Brussels 2026 con gran orgullo y sintiéndonos completamente agotados.

Organizar este gran evento ha sido un reto para nuestro pequeño equipo. También ha sido una experiencia muy emocionante, que nos ha permitido adquirir nuevas habilidades. El entusiasmo de los asistentes al festival y los comentarios positivos que hemos recibido son una gran recompensa. Al mismo tiempo, no es fácil. Al mismo tiempo, resulta difícil lidiar con la decepción expresada por algunos. Tal y como habíamos previsto, no fue posible satisfacer al 100 % de los asistentes al festival.

En agosto de 2026, participamos en el evento «Queer Voices Unite» como parte del World Pride de Ámsterdam. Este minifestival reunió a ocho coros internacionales. ¡Nos encantó la experiencia porque no teníamos que encargarnos de nada! Pero también nos dimos cuenta de lo mucho más sencillo que era organizar un evento de esta envergadura (una sola sala de conciertos, solo se necesitaba un puñado de voluntarios...) y organizar actividades que permitieran a los coros conocerse entre sí. Esto deja aún más claro por qué tantos participantes en nuestra encuesta expresaron su deseo de participar en más eventos pequeños de este tipo.

«Various Voices» podría encontrarse en una encrucijada. En su dossier de candidatura para «Various Voices 2030», algunos coros propusieron acoger hasta 160 coros y 5.000 delegados. ¿Cuánto más puede crecer el festival? Y, sobre todo: ¿puede seguir creciendo si se organiza de esta manera? Como habéis leído en este informe, el número de cuestiones que hay que abordar a la hora de organizar «Various Voices» es enorme. Tenemos que pensar en todo, anticiparnos a cualquier posible situación de crisis e intentar conciliar las expectativas de una multitud de personas de diferentes orígenes, edades e identidades... Y ahora que contamos con la experiencia necesaria para hacerlo; que sabemos qué nos gustaría mantener y qué haríamos de otra manera, un nuevo equipo tiene que empezar de cero, en una nueva ciudad, con diferentes sedes, diferentes socios, diferentes limitaciones...

La situación en Europa no es la misma que en EE. UU., pero en EE. UU. la organización del festival Gala Choruses corre a cargo de profesionales remunerados. Si algún día Legato pudiera contar con al menos un empleado remunerado para trabajar en el festival (por ejemplo, para gestionar la inscripción de los coros y los delegados), sería fantástico. Por nuestra parte, seguimos a disposición de Legato y del equipo de Brighton 2030 para pasar el testigo y compartir nuestros conocimientos.

Estamos deseando participar en Various Voices Brighton 2030, simplemente para disfrutar del placer de cantar, del placer de aplaudir, del placer de reencontrarnos con amigos y conocer a otros nuevos, y del placer de sentirnos parte de una amplia comunidad de cantantes LGBTQI+ unidos por una pasión compartida y las mismas aspiraciones de un mundo en el que todos y cada uno de nosotros tengamos un lugar al que pertenecer. Ese es el espíritu de Various Voices. Estamos encantados y orgullosos de haber formado parte de su historia.

Stefano, Walid, Marina, Christophe y Damien
Equipo del festival - Various Voices Bruselas 2026