



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

Impactos turísticos-económico y  
socio-culturales de los Festivales  
Musicales en la Comunidad  
Valenciana

Laura Pérez Platero



Tesis

**Doctorales**

[www.eltallerdigital.com](http://www.eltallerdigital.com)

UNIVERSIDAD de ALICANTE

Universidad de Alicante

Departamento de Sociología I

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

**IMPACTOS TURÍSTICO-ECONÓMICOS  
Y SOCIO-CULTURALES DE LOS FESTIVALES MUSICALES  
EN LA COMUNIDAD VALENCIANA**

**Laura Pérez Platero**

Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante  
Tesis presentada para aspirar al grado de  
DOCTOR POR LA UNIVERSIDAD DE ALICANTE

Programa de doctorado:

**SOCIOLOGÍA: SOCIEDAD Y CULTURA CONTEMPORÁNEAS**

Dirigida por:

Dr. Tomás Mazón Martínez: Profesor titular de Universidad



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

*“En verdad, si no fuera por la música,  
habría más razones para volverse loco”*

Piotr Ilich Tchaikovski

(1840-1893)



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

## AGRADECIMIENTOS

*Después del gran esfuerzo y dedicación que ha supuesto la realización de esta tesis, es inevitable estar agradecida a las personas que directa o indirectamente han participado en ella.*

*En primer lugar, a mi director de tesis, Tomás Mazón, por creer en mí, acompañarme, aconsejarme, guiarme y alentarme. Su experiencia y dedicación han sido mi fuente de inspiración.*

*A todas y cada una de las personas que se prestaron para ser entrevistadas y cuyos conocimientos y opiniones han hecho posible esta tesis.*

*A Ester y Yolanda por su amistad y paciencia en mis momentos más bajos.*

*A Carlos, por su apoyo incondicional, por haber vivido junto a mí los mejores y peores momentos, por su involucración y gran ayuda, y sobre todo, por no haber dudado nunca de mí.*

*A mis padres, todo esto no hubiera sido posible sin ellos. Por su fe en mí, sus constantes muestras de apoyo y dedicación. Papá, mamá, aun en la distancia habéis sido mis guías, una vez más he podido vivir una gran demostración de vuestro amor por mí.*



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante



# ÍNDICE

## PRIMERA PARTE

<b><u>CAPITULO I: TERMINOLOGÍA</u></b>	<b>1</b>
1.1 LA MÚSICA.....	3
1.2 EL TERMINO FESTIVAL.....	9
1.3 TIPOS Y TIPOLOGÍA DE LOS FESTIVALES MUSICALES.....	10
<b><u>CAPITULO II: REVISIÓN BIBLIOGRAFICA; TURISMO Y FESTIVALES</u></b>	<b>13</b>
2.1 ACONTECIMIENTOS CULTURALES COMO OFERTA TURISTICA.....	15
2.2 TURISMO DE EVENTOS Y FESTIVALES.....	21
2.2.1 Roles, significados e impactos de Fiestas y Eventos Culturales en la Sociedad.....	21
2.2.2 Festivales e identidad cultural.....	26
2.3 EVOLUCION HISTÓRICA EN EL ESTUDIO SOBRE EVENTOS Y FESTIVALES.....	32
2.3.1 Eventos, revisión bibliográfica.....	32
2.3.2 Un marco para comprender el turismo de eventos.....	37
2.4 EL TURISMO CULTURAL.....	41
2.5 CONTEXTO SOCIOLÓGICO.....	49
2.5.1 Introducción.....	49
2.5.2 Concepto de ocio: antecedentes históricos.....	51
2.5.3 Fenómeno sociológico de masas.....	54
2.5.4 Antecedentes en Sociología del Turismo.....	59
2.6 SOCIOLOGÍA DE LA MÚSICA.....	69
2.6.1 Introducción.....	69
2.6.2 La música como instrumento de comunicación y expresión.....	75
2.6.3 Efectos de la música en el ser humano: Los festivales como elemento de cohesión social.....	78



## SEGUNDA PARTE

<b>CAPITULO III: METODOLOGÍA</b>	<b>83</b>
<b>3.1 ESTADO ALCUAL Y JUSTIFICACIÓN</b> .....	<b>85</b>
<b>3.2 INTRODUCCIÓN METODOLÓGICA</b> .....	<b>89</b>
3.2.1 Planteamiento metodológico.....	92
3.2.2 El método científico y las ciencias sociales.....	94
3.2.3 Planteamiento y formulación del problema.....	100
<b>3.3 CONTEXTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO</b> .....	<b>103</b>
3.3.1 El tema de investigación.....	103
3.3.2 Objetivos de investigación.....	105
<b>3.4 METODOLOGÍA CUANTITATIVA VS METODOLOGÍA CUALITATIVA</b> .....	<b>106</b>
3.4.1 Metodología cuantitativa.....	106
3.4.2 Metodología cualitativa.....	106
3.4.3 Estructura del desarrollo metodológico.....	111
<b>3.5 HIPÓTESIS</b> .....	<b>112</b>
<b>3.6 DISEÑO METODOLÓGICO</b> .....	<b>113</b>
<b>3.7 FUENTES DE INFORMACIÓN</b> .....	<b>120</b>
<b>3.8 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>122</b>
<b>3.9 ANÁLISIS DE DATOS</b> .....	<b>130</b>

## TERCERA PARTE

<b>CAPITULO IV: HISTÓRIA Y EVOLUCION MUSICAL: LOS FESTIVALES MUSICALES</b>	<b>135</b>
<b>4.1 LOS FESTIVALES Y SU CICLO DE VIDA</b> .....	<b>137</b>
4.1.1 Los festivales a lo largo de la historia.....	138
<b>4.2 ORIGENES Y CONTEXTO SOCIAL: LA MÚSICA ROCK</b> .....	<b>141</b>

<b>4.3 DÉCADA DE LOS CINCUENTA.....</b>	<b>144</b>
4.3.1 Contexto internacional.....	144
4.3.2 Antecedentes y principales festivales en España en la década de los cincuenta.....	150
<b>4.4. DÉCADA DE LOS SESENTA.....</b>	<b>152</b>
4.4.1 Contexto internacional.....	152
4.4.2 Antecedentes y principales festivales en España en la década de los sesenta...	174
<b>4.5 DÉCADA DE LOS SETENTA.....</b>	<b>182</b>
4.5.1 Contexto internacional.....	182
4.5.2 Cultura y contracultura.....	187
4.5.3 Contexto histórico: principales festivales de la década de los setenta.....	193
4.5.4 España: contexto histórico, evolución musical y festivales de la década de los setenta.....	201
<b>4.6 DÉCADA DE LOS OCHENTA.....</b>	<b>206</b>
4.6.1 Contexto histórico; evolución musical.....	207
4.6.2 Festivales internacionales de la década de los ochenta.....	213
4.6.3 España: contexto histórico, evolución musical y festivales de la década de los ochenta.....	217
<b>4.7 DÉCADA DE LOS NOVENTA.....</b>	<b>224</b>
4.7.1 Contexto histórico; evolución musical.....	225
4.7.2 Festivales internacionales de la década de los noventa.....	230
4.7.3 España: contexto histórico, evolución musical y festivales de la década de los noventa.....	235
<b>4.8 DÉCADA DE LOS 2000.....</b>	<b>245</b>
4.8.1 Contexto histórico; evolución musical.....	245
4.8.2 Internet como medio de comunicación y difusión musical.....	253
4.8.3 Los festivales en el siglo XXI.....	256
4.8.4 España: contexto histórico, evolución musical y festivales de la década de los 2000.....	263

## CUARTA PARTE

<b>CAPITULO V: ANÁLISIS</b>	<b>271</b>
<b>5.1 INTRODUCCIÓN</b>	<b>273</b>
5.1.1 Concepto de efecto e impacto	276
<b>5.2 IMPACTOS TURÍSTICO-ECONÓMICOS</b>	<b>277</b>
5.2.1 El caso de Benicasim	304
Festival Internacional de Benicasim	309
Rototom Sunsplash	318
Sociedad de Desarrollo Turístico de Benicasim (DBT)	327
5.2.2 El caso de Burriana	331
5.2.3 El caso de Benidorm	337
<b>5.3 ANÁLISIS IMPACTOS SOCIO-CULTURALES</b>	<b>348</b>
5.3.1 Introducción	348
5.3.2 ¿Qué repercusiones sociales conllevan para el territorio?	350
5.3.3 ¿Añade la organización del festival un Valor cultural para la ciudad?	359
5.3.4 ¿Cuál es la Percepción social acerca de estos festivales?	368
5.3.5 ¿Favorecen la interacción social?	374
5.3.6 ¿Actúan los festivales musicales en la actualidad más como un producto turístico, en comparación con otras décadas?	381
5.3.7 ¿Qué motivaciones llevaban en décadas anteriores a asistir a un festival y que motivaciones llevan ahora?	406
<b>CAPITULO VI: CONCLUSIONES</b>	<b>413</b>
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>415</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>433</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>477</b>
ANEXO I: ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS	479
ANEXO II: ENTREVISTAS DEL SECTOR PRENSA	CD, 1
ANEXO III: ENTREVISTAS DEL SECTOR ORGANIZACIÓN	CD, 41

ANEXO IV: ENTREVISTADOS DEL SECTOR ADMINISTRACIONES PÚBLICAS.....	CD, 82
ANEXO V: ENTREVISTADAS DEL SECTOR ASOCIACIONES, ORGANIZACIONES Y EMPRESAS.....	CD, 180
ANEXO VI: ENTREVISTAS DEL SECTOR EXPERTOS.....	CD, 241
ANEXO VII: GRUPO DE DEBATE 1.....	CD, 300
ANEXO VIII: GRUPO DE DEBATE 2.....	CD, 386



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

# **CAPÍTULO I**

# **TERMINOLOGÍA**



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante



## **1.1 LA MÚSICA**

Debemos entender la comunicación como un asunto prioritario. La sociedad actual educa a los seres humanos para relacionarse entre ellos, de tal manera que, cualquier lenguaje que contribuya a esto resultará importante. Naturalmente entre ellos está el lenguaje musical.

La música es tal vez el fenómeno cultural más difundido en el mundo actual, por detrás de la televisión. De este modo, siendo la música tan importante para la sociedad actual y con el lenguaje musical contribuyendo en el desarrollo de la relación entre los seres humanos, se puede ver como algo natural la evolución y el crecimiento que están teniendo los festivales de música que congregan a masas de gente.

El término “música” viene del griego: μουσική [τέχνη] - *mousikē [téchnē]*, "el arte de las musas". La Real Academia Española lo define como:

1. Melodía, ritmo y armonía, combinados.
2. Sucesión de sonidos modulados para recrear el oído.
3. Concierto de instrumentos o voces, o de ambas cosas a la vez.
4. Arte de combinar los sonidos de la voz humana o de los instrumentos, o de unos y otros a la vez, de suerte que produzcan deleite, conmoviendo la sensibilidad, ya sea alegre, ya tristemente.

Según la definición tradicional del término, es el arte de organizar sensible y lógicamente una combinación coherente de sonidos y silencios utilizando los principios fundamentales de la melodía, la armonía y el ritmo, mediante la intervención de complejos procesos psico-anímicos.

Si bien es cierto que el concepto de música ha ido evolucionando a lo largo de la historia desde su origen en la antigua Grecia, donde no se hacía distinción entre música, poesía y danza, viéndolo como un arte unitario. Desde hace varias décadas se ha vuelto más compleja la definición de qué es y qué no es la música, ya que cada vez aparecen más obras de destacados compositores, que si bien podrían considerarse musicales, expanden los límites de la definición de este arte.

La música es una manifestación cultural cuyo fin es expresar unos sentimientos, pensamientos o ideas y suscitar una experiencia estética en el oyente. Es un estímulo que afecta el campo perceptivo del individuo.

Ninguna definición puede ser considerada perfecta o absoluta ya que éstas parten desde el seno de las culturas, y así, el sentido de las expresiones musicales se ve afectado por cuestiones psicológicas, sociales, culturales e históricas, surgiendo múltiples y diversas definiciones.

Hoy en día es frecuente trabajar con un concepto de música basado en tres atributos esenciales: que utiliza sonidos, que es un producto humano (y en este sentido, artificial) y que predomina la función estética. Si tomáramos en cuenta solo los dos primeros elementos de la definición, nada diferenciaría a la música del lenguaje. En cuanto a la función "estética", se trata de un punto bastante discutible; así, por ejemplo, un "jingle" publicitario no deja de ser música por cumplir una función no estética (tratar de vender una mercancía). Por otra parte, hablar de una función "estética" presupone una idea de la música (y del arte en general) que funciona en forma autónoma, ajena al funcionamiento de la sociedad, tal como la vemos en la teoría del arte del filósofo Immanuel Kant.

Una definición bastante habitual en los manuales de música es: "la música es el arte de combinar bien los sonidos en el tiempo", (Torres, 1972:13). Esta definición presupone que hay combinaciones "bien hechas" o "mal hechas", lo cual sería discutible.

El autor de las voces musicales en *L'Encyclopédie* de Diderot, después recogidas en su *Dictionnaire de la Musique*<sup>1</sup>, Jean-Jacques Rousseau, define la música como: "el arte de combinar los sonidos de una manera agradable al oído"<sup>2</sup>.

Según el compositor Claude Debussy (2003), la música es "un total de fuerzas dispersas expresadas en un proceso sonoro que incluye: el instrumento, el instrumentista, el creador y su obra, un medio propagador y un sistema receptor".

En el caso de la música académica occidental se ha desarrollado un método de escritura basado en un eje horizontal, la melodía, que representa el transcurso del tiempo, y un eje

---

<sup>1</sup> *Dictionnaire de la Musique*. Paris: Duchesne, (1768)

<sup>2</sup> Rousseau, Jean-Jacques. (2007). *Diccionario de Música*. Madrid: Akal.

vertical, la armonía, que representa la altura del sonido y la duración de ésta dada por la forma de las figuras musicales.

El filósofo Alemán Goethe comparaba la música con la arquitectura, definiendo metafóricamente a la arquitectura como "música congelada". La mayoría de los estudiosos coincide en el aspecto de la estructura, es decir, en el hecho de que la música implica una organización; pero algunos teóricos modernos difieren en que el resultado deba ser placentero o agradable.

Según los parámetros del sonido la música está compuesta de dos elementos básicos: los sonidos y los silencios. Siendo el sonido la sensación percibida por el oído, que recibe variaciones de presión debido al movimiento vibratorio de los cuerpos sonoros transmitidos generalmente por el aire, mientras que la ausencia perceptible del sonido es el silencio, que es relativo, ya que el silencio absoluto no se da en la naturaleza.

Todo esto tiene mucho que ver con la arquitectura, ya que podemos traducir en cierta manera, los sonidos y silencios por llenos y vacíos, teniendo las composiciones arquitectónicas y musicales unos parámetros similares.

Desde un punto de vista más acercado a la filosofía podemos comprender la música como el arte que expresa el espíritu humano con la armonía de sus notas, que revela su lugar en la historia, la personalidad de los compositores, y las atribuladas experiencias de sus vidas.

Cada melodía, acorde o percusión que ejecuta un instrumento equivale a un estado de ánimo, una realidad, un fenómeno natural, una estación, una celebración, un ritual religioso o una circunstancia de la vida.

Los compositores perciben sus obras antes de componerlas como una totalidad, sintiéndose canales que tienen la capacidad de percibir la verdadera belleza de la armonía sonora.

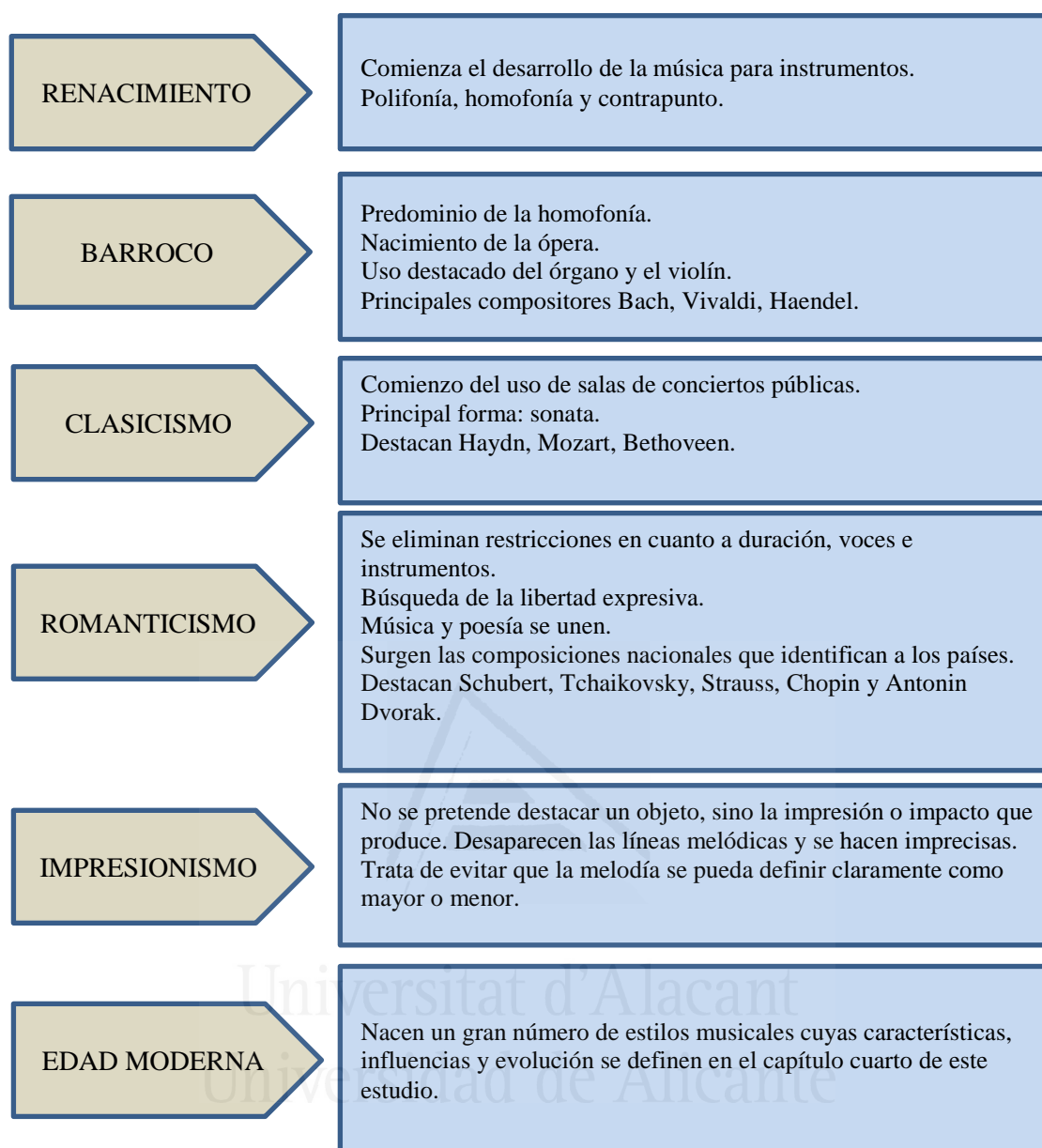
"Pero escucho en la niebla alguna música que cabalga despacio. Y considero que el cielo solamente es tapadera de esta caja de música, y nosotros no somos sino meras figuritas que danzan al abrir su mecanismo. Vuelvo a mi casa y pienso en esa música que partirá del cielo, en esa música, en esa espesa y enclaustrada música que romperá a sonar cuando él se abra".<sup>3</sup>

La historia de la música puede dividirse en grandes periodos que contemplan diferentes características en cuanto a composición, estilos, contexto histórico y usos musicales. En la siguiente tabla se muestra una división por etapas de la historia de la música que muestran las características de los diferentes periodos musicales:

**Tabla 1: Etapas de la historia de la música:**

ETÁPAS	CARACTERÍSTICAS
PRIMITIVA	Ritmo y melodía: simple por falta de métricas e instrumentos Instrumentos de percusión Uso ceremonial, ritual y festivo
ANTIGUA	Egipto: Asignación a la música características místicas y la capacidad de motivar en el hombre una sensación (de gozo, alegría). Canto monódico. Grecia: Sistema Musical: principios de Pitágoras. Alto valor estético y cultural. Establecimiento de un orden de alturas y escalas.
EDAD MEDIA	Comienzo de la polifonía. Música religiosa: cantos gregorianos y neumas. Música profana: trovadores y juglares. Uso del pentagrama.

<sup>3</sup> Leo García, David. (2006). *Urbi et orbi*. Hiperion.



Elaboración propia a partir de García Frago. N. (2014:12)

Refiriéndonos al ámbito de este estudio que trata sobre los festivales de música, tratamos en su gran mayoría con música popular contemporánea, estilos pop, rock la mayor parte de las veces. Desde un punto de vista académico, este tipo de música ha sido dejado de lado, no habiendo casi estudios sobre la misma. Esto se debe a varias causas, por un lado la música no se ve como una práctica nueva, a pesar de las innovaciones tecnológicas que ha sufrido, en cambio el cine o la radio si son vistos así, ya que la música ha existido desde siempre. De esta manera, su estudio es delimitado a los conservatorios y a los

musicólogos, mientras que hay asignaturas sobre los análisis y teorización de la televisión, la radio y el cine en licenciaturas como Comunicación Audiovisual.

Por otra parte, la música popular contemporánea es vista con una especie de falta de prestigio frente a la música clásica.

Las herramientas metodológicas y la ideología dominante en la musicología tradicional resultan ineficaces y son inadecuadas a la hora de hacer análisis críticos de la música popular contemporánea, que es una clase de música que no se puede reducir con facilidad a una descripción estructural, es por esto que pueda dar problemas al que tenga por objeto estudiarla.

También se debe tener en cuenta que la música popular contemporánea es una práctica social y aun no hay estudios que contengan una reflexión teórica sobre la relación entre las formas del imaginario social y la producción, la recepción y la estructura de la música popular contemporánea. Esto es debido a que los musicólogos no han ido más allá de las estructuras musicales, siendo necesario el estudio tanto a nivel simbólico como social de la música popular contemporánea.

Esta dentro del ámbito de estudio de un musicólogo las estructuras musicales mientras que el estudio de la sociedad es el de un sociólogo, más ha sido la sociología quien ha entrado al campo de estudio de la música y la sociedad de masas con autores como Adorno y Schoenberg que se verán más adelante en la segunda parte de este trabajo, en el apartado: “Análisis Sociológico de los Festivales Musicales”.

## **1.2 EL TÉRMINO FESTIVAL**

Por otro lado nos encontramos con el término festival. Éste es definido por la Real Academia Española, (2010) como “Fiesta, especialmente musical. Conjunto de representaciones dedicadas a un artista o a un arte”.

Vox, marca registrada por Larousse Editorial, lo define de la siguiente manera:

1. Conjunto de actuaciones o representaciones dedicadas a un arte o a un artista que tienen lugar en un período determinado, a veces con carácter de competición: festival de cine de Mar del Plata.
2. Fiesta en la que hay actuaciones, especialmente musicales: festival de fin de curso.
3. Mientras que de su etimología se sabe que la palabra fiesta viene del latín *fiesta* y ésta de *Festus*, (festivo) que nos dio la palabra festivo, festín, feria, festejar, festival o manifestar, entre otras.

En la mitología, un festival es también un conjunto de celebraciones, en el honor de los dioses. Los festivales son un fenómeno complejo con un valor o identidad cultural propia respecto de otros productos culturales. Los festivales no son el resultado de una simple suma de manifestaciones artísticas, sino que son un proceso cultural activo, en constante evolución y lejos de encontrar una estructura institucional definitiva. (Devesa, 2006).

El diccionario Espasa Calpe (2005), define el festival como: concurso o exhibición de manifestaciones artísticas o deportivas.

Podemos definir un festival de música como un evento social que durante varios días ofrece varios conciertos de música, generalmente del mismo género musical, de este modo los asistentes al festival pueden pasar varios días disfrutando de música en directo. Alrededor de estos festivales se suelen realizar otras actividades alternativas relacionadas con la música.



### **1.3 TIPOS Y TIPOLOGÍAS DE LOS FESTIVALES DE MÚSICA**

Existe una gran variedad entre los tipos de festivales de música, lo cual hace que sea difícil realizar una categorización.

Entre las diferentes clasificaciones propongo la taxonomía de los festivales de música propuesta por Orosa Paleo y Wijnberj, (2006: tabla 14.1).

1. El carácter distingue entre los festivales competitivos y no competitivos. En el caso de los festivales competitivos, las bandas compiten entre sí para ser escogidos ganadores por un jurado o por el propio público. En el segundo caso las bandas no compiten.
2. El propósito distingue entre si el festival es concebido para obtener un beneficio o no.
3. El rango se refiere a la composición de la audiencia que asiste al evento. Un festival con un rango ancho sería más popular, mientras que un festival de rango estrecho iría dirigido a un mercado más pequeño.
4. Formato; puede darse el caso de que el festival presente solo actividades musicales o que sea multidisciplinar, abarcando otro tipo de productos o actividades culturales como teatro, cabaret, baile, comedia...
5. El grado de institucionalización relaciona las conexiones entre el festival y los proveedores tales como sellos discográficos, agentes, artistas y patrocinadores, incluyendo televisión, radio, revistas y sitios Web.
6. Grado de innovación; Algunos festivales optan por nuevas formas artísticas, proporcionando un producto experimental.
7. El alcance se refiere al área espacial que abarcan los participantes, si es local, regional, nacional o internacional. Ciertos festivales presentan talentos únicamente locales o regionales, mientras que en otros se presentan artistas de todo el mundo.

**Tabla 2: Taxonomía de los festivales de musicales**

Carácter	Competitivo	No competitivo
Propósito	Para obtener un beneficio	Sin obtener un beneficio
Rango	Ancho	Enfocado
Formato	Únicamente musical	Multidisciplinar
Grado de institucionalización	Alto	Depresión
Grado de innovación	Alto	No innovador
Alcance	Local- Regional- Nacional	Internacional

Elaboración propia, a partir de Orosa Paleo y Wijnberg (2006)



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante



**CAPÍTULO II**

**REVISIÓN**

**BIBLIOGRAFICA**

**TURISMO Y**

**FESTIVALES**



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

## **2.1 ACONTECIMIENTOS CULTURALES COMO OFERTA TURÍSTICA**

Antes de entrar en la materia de estudio debemos situarnos en el contexto en el que vamos a analizarlo. Los festivales se enmarcan como eventos culturales que generan algún tipo de actividad turística, puesto que dan lugar a desplazamientos, pernoctaciones y consumo. Así pues se hace necesario comenzar este estudio con una breve introducción sobre el turismo, viendo los festivales como un tipo de acontecimiento cultural que genera un tipo de oferta turística.

Arthur Bormann (1930), define el Turismo como el conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer o por motivos comerciales o profesionales y otros análogos, y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal, no comprendiendo el turismo como los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo.

Walter Hunziker - Kurt Krapf (1942), acuñan la definición: "El Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa".

Según GlucksMann, (1935), Turismo es el vencimiento del espacio por personas que afluyen a un sitio donde no poseen lugar fijo de residencia.

En definitiva, podemos ver el turismo como una actividad de ocio que implica un movimiento o desplazamiento y además conlleva un descubrimiento, también trae una interacción entre el sujeto y el medio ambiente, además del contacto entre los visitantes y los residentes del país visitado, aunque esto se produzca solo de una manera temporal.

Bormann, (1931) incluye un nuevo elemento planteando el origen del viaje como una situación especial, acuñando la definición del movimiento de forasteros como los viajes emprendidos por motivos de reposo, diversión, comerciales o profesionales iniciados en muchos casos por acontecimientos o situaciones especiales, donde la ausencia de su vivienda es transitoria y que excluye a los desplazamientos a lugares de trabajo. GlucksMann (1935), formularía una de las primeras definiciones sociológicas del turismo aludiendo a que el movimiento de forasteros es la suma de las relaciones entre las

personas que realizan su estancia circunstancialmente en un lugar y los habitantes habituales del mismo.

En una segunda corriente denominada cinética, se define al turismo como un hecho de movimientos. En esta escuela, autores como (Schwink, 1929), definen al turismo como un movimiento de personas que abandonan temporalmente su residencia habitual por motivos relacionados con su espíritu, cuerpo o profesión. Jiménez Guzmán (1990)

A mediados del s. XX comienzan a aparecer estudios y análisis del turismo desde un punto de vista sociológico, defendiendo la idea de que el turismo no es solo un hecho humano sino una relación de índole social o una relación de grupos de personas o grupos sociales.

Alberto Sessa, (1975), define el turismo como un fenómeno vivo, cuyo epicentro es el sujeto humano, ya que se da una relación entre seres humanos antes que una relación entre mercancías. Kurt Krapf (1954) sostiene que el turismo es una actividad que nace como hecho social y a través de mecanismos económicos, aunque en la actualidad no deba ser considerado como un hecho estrictamente lucrativo.

En una corriente más negativa Turner y Ash (1976), afirman que el turismo es un producto elitista propio de la sociedad burguesa y como tal tendrá efectos catastróficos sobre las sociedades receptoras, destrozando la naturaleza y apropiándose de los bienes culturales.

Existen innumerables definiciones del turismo, de las cuales se recoge en este apartado una pequeña selección que ayude a ponerse en situación y a comprender el “fenómeno festival” que se ha venido dando sobre todo en las últimas décadas.

La incidencia de los acontecimientos en las ciudades y en los destinos turísticos va en aumento, sea por su adopción como estrategia de marketing urbano, mejora de la imagen o regeneración urbana (Getz, 1997). Por una parte las políticas urbanas tienen que responder a la nueva situación en la que se encuentran las ciudades. Al no ser la producción industrial un motor de desarrollo económico en algunas ciudades, actividades como el ocio y la organización de grandes eventos que atraigan turismo empiezan a cobrar relevancia.



Según Francesc González existen principalmente dos factores detrás de esta tendencia: la transformación de la base económica urbana de las ciudades postindustriales y la tercerización de la sociedad. Cada ciudad pretende aumentar su competitividad como destino turístico ofreciendo un mayor número de opciones de ocio y así atraer un mayor número de visitantes.

“La música como elemento recreativo sugiere una manera de hacer “audible” la ciudad, y de incorporar un nuevo sentido a la mirada convencional (visual) del turismo que, además, condiciona un uso diferente del espacio público. El vínculo que los festivales mantienen con el desarrollo local urbano se manifiesta también en el enriquecimiento y la continuidad de la programación cultural y el estímulo al sector cultural local, en la formación de una atmósfera urbana competitiva”. (González, s. f.:1)

González sostiene que los festivales forman parte de las estrategias de desarrollo local y urbano tomando la cultura como un argumento en un contexto de reorganización productiva de las ciudades contemporáneas. Se consideran así los festivales como un factor de atracción que modifica la imagen turística del destino donde se realiza. La cultura tiene un papel esencial como recurso proveedor de temáticas y precursor de acontecimientos turísticos.

En esta misma línea apunta Devesa (2012) quien afirma que en los últimos años se ha producido un uso creciente de los factores culturales como elementos determinantes en las políticas de desarrollo local y las estrategias de regeneración urbana, situando los festivales culturales como uno de los prototipos más representativos del patrimonio cultural.

“En efecto, parece confiarse en las actividades culturales como fuente de riqueza y empleo, eminentemente por la atracción de flujos de gastos y rentas ligados al turismo cultural, pero también mediante la transformación y desarrollo del tejido productivo que, en conjunto, procuran nuevas ventajas comparativas para las ciudades y las regiones. A su vez, y derivado de este fenómeno, la cultura se está convirtiendo en un factor de ordenación urbana, no solo por lo que implica la dotación de nuevas infraestructuras culturales y la regeneración de espacios urbanos,

sino también por la diversificación de la oferta cultural y los reclamos turísticos que, en suma, tratan de configurar una imagen más atractiva y representativa de la calidad de vida, capaz de competir con otros enclaves o territorios mediante esa estrategia de diferenciación”. (Devesa et. al. 2012:96)

Según Harvey (1989), el estilo empresarial se centra mucho más en la política económica del lugar que en la de territorio. De esta manera los proyectos destinados a revitalizar los territorios se diseñan sobre puntos concretos en lugar de englobar a toda una población en sus diseños políticos.

En las sociedades occidentales se dispone de un mayor tiempo de ocio, aunque repartido en periodos breves, lo cual va a favorecer la participación en los acontecimientos de corta duración, como puede ser un festival de música. Estos acontecimientos, no necesitaran de recursos específicos, pudiendo aprovechar los ya existentes. Con la celebración de "mega-eventos" en los territorios, se utilizan el ocio y la cultura como forma de promoción. Según apunta Zukin, (1995:268) “La cultura es un eufemismo para referirse a la representación de la nueva ciudad como una fuerza creativa en la economía emergente de servicios”.

Richards (2001) apunta algunos motivos:

- 1) La preservación del patrimonio cala profundo en las sociedades modernas formando una idea de nostalgia que ha acelerado la desaparición de tradiciones culturales y formas de vida tradicionales.
- 2) Actualmente la cultura contemporánea es tan apreciada como forma de consumo turístico como lo era anteriormente la alta cultura (museos, ópera, teatro...). Teniendo en cuenta que los acontecimientos son atracciones culturales basadas en la cultura como proceso (manifestaciones de la cultura popular, las formas de vida, las ideas, etc.), encajan perfectamente dentro de las pautas de consumo de hoy en día.
- 3) Las sociedades actuales buscan satisfacer nuevas experiencias como formas de recreación y ocio, siendo la cultura una materia prima muy potente para la creación experiencias.

Generalmente este tipo de acontecimientos tienen un efecto positivo para el destino de realización, aportando efectos promocionales y de imagen a un largo plazo, como podemos observar en el caso de míticos festivales como Woodstock, Newport, Monterrey, Isla de Wight, y un largo etcétera. En el terreno nacional podemos nombrar como ejemplo de los efectos promocionales que puede generar un acontecimiento de estas características el caso del Festival Internacional de Benicasim.

Durante el periodo de realización del acontecimiento se producirán ingresos directos e indirectos, estimularán negocios adicionales, desarrollarán el comercio e incrementarán el valor de la propiedad. (Ryan, 1998; Tohmo, 2005).

Desde el punto de vista social y político, los acontecimientos refuerzan la cohesión social de la comunidad, los lazos internos y su orgullo cívico, y generan estructuras capaces de involucrar a los residentes en las actividades de su comunidad (Gursoy *et al.*, 2004). Según Gezt este tipo de acontecimientos pueden obtener notables beneficios para la comunidad con un presupuesto relativamente reducido. En este sentido, Getz (1993) apunta algunas ventajas de los acontecimientos especiales:

- 1) Señala que son atracciones únicas y excepcionales que no necesitarán infraestructuras excesivamente caras.
- 2) La inversión de capital que requieren es relativamente reducida en comparación con los ingresos que potencialmente pueden llegar a obtener.
- 3) El éxito es más debido al entusiasmo de la comunidad local que de las atracciones e infraestructuras existentes.

Sin duda, también se deberá tener en cuenta la problemática que conlleva la realización de este tipo de acontecimientos, como lo es el riesgo de fracaso y la compleja organización que requieren. La inadecuada gestión de los acontecimientos puede llegar a ser contraproducente para el producto turístico global de un destino. (Litvin *et al.*, 2006).

Por otro lado, al igual que la realización de un festival de éxito en una determinada zona supone una contribución para la zona desde un punto de vista turístico, comercial y de proyección al exterior, nos podemos encontrar con el caso de tener efectos sociales y económicos negativos como pueden ser los mencionados por Wood (2005), tales como

las aglomeraciones, congestión y ruidos, molestias para los residentes de la zona, vandalismo, daños a la propiedad, éxodo de residentes, interrupción de los negocios habituales e infrautilización de los equipamientos construidos.

También se debe tener en cuenta que el uso de estas estrategias de uso de eventos como medio de distinción para las ciudades puede llevar a la lucha entre paisajes urbanos y culturales similares. Harvey (1989)

Richards (2001) alude a las dificultades existentes a la hora medir los impactos que generan este tipo de estrategias como otro de los problemas a tener en cuenta.



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

## **2.2 TURISMO DE EVENTOS Y FESTIVALES**

### **2.2.1 Roles, significados e impactos de Fiestas y Eventos Culturales en la Sociedad**

Revisando la literatura en la que aparece la palabra festival, se puede observar que los estudios sobre fiestas se encuentran implantados dentro de los estudios antropológicos y sociológicos, mientras que el término festival y el turismo de festivales forman parte de estudios mucho más recientes. Las fiestas y su relación con la sociedad y la cultura cuentan con estudios más desarrollados.

Hay obras históricas como *Les rites de passage* (Los ritos de pasaje) de 1909, escrita por Van Gennep, donde afirmaba que los rituales clasificados como ritos de paso (rites of passage) se dividían en tres fases: preliminar, liminar y postliminar. Este planteamiento sería retomado por Victor Turner que lo desarrolló en su obra: *The Ritual Process* (El proceso ritual) de 1969. Este estudio se extendió en los conceptos de liminalidad y *communitas*, posteriormente analizados en los estudios de antropología, sociología y psicología.

Turner (1969:4) define los ritos de paso como cambios en los ciclos vitales de los individuos y los divide en tres fases:

- Separación: desvinculación individual.
- Liminalidad (o marginalidad): paso a una esfera donde se poseen muy pocos o ningún atributo del estatus pasado o futuro.
- Agregación: vuelta a la estabilidad.

El estado liminal, se caracteriza por la apertura y la ambigüedad, provocando desorientación en un proceso de transición donde los límites normales de conducta se relajan pudiendo generar nuevas perspectivas.

*Comunitas*, designa a una comunidad estructurada, en la que las personas son iguales, o de igual modo alude al mismo espíritu de la comunidad. Los autores Paul Goodman y su

hermano Percival Goodman, escribieron un libro titulado “*Comunitas*”, publicado en 1947 y en el cual se consideran tres posibles sociedades: una sociedad centrada en el consumo, otra centrada en torno a las actividades artísticas y creativas, y una sociedad que maximiza la libertad humana.

La fiesta es definida por Mauss (1979) con el concepto de “*Hecho Social Total*” como, una celebración cíclica y repetitiva, ritual y vehículo simbólico. En esta definición caben todos aquellos elementos de la estructura social que expresaban, a la vez todo tipo de instituciones: religiosa, jurídica, moral, política, familiar y económica. Es decir, se trata de un concepto holístico, comprendiéndolo como un todo que no puede ser comprendido separando sus partes. Se sitúa en oposición a la vida cotidiana y establece una relación entre lo sagrado y lo profano, la celebración y la rutina, la transgresión y el orden y las dimensiones de lo público y lo individual. A través de la fiesta, el individuo entra en contacto con la experiencia de la comunidad imaginada, mediante la actuación de grupos específicos como agentes del ritual festivo.

La fiesta está dotada de un poder configurador de la realidad y contribuye a la toma de conciencia de una identidad colectiva. Desde la etapa más primigenia de las investigaciones en ciencias sociales, la fiesta y su dimensión social han sido estudiadas por diversos autores, como Émile Durkheim (1912) en su obra *Las formas elementales de la vida religiosa*, en la cual expone que las divisiones en días, semanas, meses y años concuerdan con la periodicidad de los ritos, fiestas y ceremonias públicas. Hace referencia de este modo a que el calendario de una sociedad expresa el ritmo de la actividad colectiva de la misma.

“Lo que es interesante acerca de la liminalidad es esa mezcla entre lo sacro y lo mundano, entre la homogeneidad y la camaradería. Esos ritos son representados como un momento fuera y a la vez dentro del tiempo, fuera y dentro de la estructura social que revela sin embargo de forma fugaz un reconocimiento de un vínculo social generalizado que ha cesado (que ha dejado de existir) y que simultáneamente se fragmenta en una multiplicidad de lazos sociales”. Turner (1969:5).

En la antropología anglosajona Radcliffe-Brown (1952), en su obra *El concepto de función en la ciencia social*, expone el concepto de unidad grupal. Además de identificar

las relaciones abstractas entre estructuras sociales, Radcliffe-Brown defendió la importancia de la noción de “estructura social total“, que es la suma total de las relaciones sociales en una determinada unidad social de análisis durante un período determinado. La identificación de las "funciones" de las prácticas sociales debía ser relativa a esta estructura social total.

R. Brown compara las sociedades con los organismos. Las unidades básicas de las sociedades son los seres humanos que están conectados por una serie de relaciones sociales, formando un todo integrado. De este modo las actividades realizadas por individuos y grupos hacen que se mantenga la estructura social, con independencia de lo que les ocurra a estas unidades.

“La continuidad de la estructura se mantiene por un proceso de vida social, que consiste en las actividades e interacciones de los seres humanos individuales y de los grupos organizados, en los cuales están unificados. La vida social de la comunidad se define aquí como el funcionamiento de la estructura social. (...)”

El concepto de función, tal como se define aquí, incluye, por tanto, la noción de una estructura, que consiste en una serie de relaciones entre entidades unificadas, la continuidad de cuya estructura se mantiene por un proceso vital compuesto por las actividades de las unidades constitutivas". Radcliffe-Brown, (1952:205).

Desde un punto de vista antropológico, el rito es definido como lo *in-util*. J. Cazeneuve (1972:36), lo define como “una acción que se repite según unas reglas invariables, y cuya ejecución no parece producir efectos útiles”. Según Cazeneuve los ritos contienen tres funciones antropológicas: la purificación, la magia y la religión. Desde un punto de vista sociológico, los ritos son una serie de prácticas sociales, ya sean colectivas o individuales, fundadas en una actividad psicológica, lúdica o religiosa.

En otra definición J. Maisonneuve (1991:18), en la obra *Ritos religiosos y civiles*, explica que “el ritual es un sistema codificado de prácticas, con ciertas condiciones de lugar y tiempo, poseedor de un sentido vivido y un valor simbólico para sus actores y testigos, que implica la colaboración del cuerpo y una cierta relación con lo sagrado”.



Desde sus orígenes, las celebraciones y fiestas han estado fuertemente ligadas a la religión y a los acontecimientos de la vida cotidiana en las diversas culturas y más tarde fueron incorporando elementos lúdicos, sociales y culturales. De esta forma empezaron a tomar un carácter de ociosidad y esparcimiento. El festival aparece como elemento de contacto entre los grupos sociales y de intercambios culturales. La festividad es asumida entonces como la organización de una serie de actos donde la cultura es puesta en escena en un espacio de interacción social. V. Turner (1969) mantiene que los ritos socializan e integran socialmente, afirmando que son medios de intercomunicación social.

Desde el punto de vista de sociólogos y antropólogos, encontramos en sus estudios y definiciones que la fiesta es una especie de metamorfosis de lo cotidiano, ya que en las actividades cotidianas se separan los roles de los distintos actores de la sociedad, mientras que en la fiesta, se trata de representar una condición común. Se determina así la fiesta como una oposición a lo cotidiano, actuando como la representación de un sujeto colectivo.

E. Goffman, en su obra *Rituales de Interacción*, “*Interaction Ritual*” (1967), observó la interacción social a partir de conceptos, tales como el teatro, el rito, el juego y el cine. En su tesis de doctoral, “*Communication conduct in an island community*” (1953), Goffman se planteó como objetivo “aislar y fijar las prácticas regulares de lo que se llama la interacción cara a cara” (Winkin, 1988:54). Para Goffman, el término ritual, más que un suceso aislado o extraordinario, formaba parte de la vida cotidiana del ser humano, el cual en su día a día realiza una serie de rituales.

Eric Hobsbawn analiza el desarrollo de las tradiciones, argumentando que muchas de ellas son inventadas por elites para justificar la existencia de sus naciones y la importancia de las mismas. En su obra *Invención de la tradición*, (1983), desarrolla la invención de una serie de tradiciones durante el periodo que abarca desde 1870 hasta 1914, como el culto a banderas e himnos, la celebración de festividades de carácter social y actividades deportivas como el Tour de Francia o los Juegos Olímpicos. El autor expone que estas tradiciones inventadas cumplen una importante función social y política y que son concebidas para que se arraiguen en el cuerpo social.

Según explica C. Riviere (1997.25): “en las sociedades contemporáneas existe una ritualidad profana y política que funcionaría como mecanismo de compensación por la pérdida de lo religioso en los procesos de secularización, comenzando en Occidente con el Iluminismo”

La sociología, desde la primera mitad del siglo XX está comprometida con el estudio de la modernidad y de las sociedades complejas, tomando en cuenta la importancia de los factores macroeconómicos y sociales. Arquetípicamente las fiestas se han relacionado con la religión y el concepto de sagrado, pasando a partir de la década de los cincuenta por un proceso de modernización.

Tanto los ritos, celebraciones, fiestas o festivales son ejemplos de expresión cultural y actúan como fuerza de cohesión de los elementos propios de la comunidad, dentro de la cual cada individuo cumple un rol determinado.

En las fiestas y su consecuente interacción social, los individuos se influyen unos a otros. En su origen, el hombre utilizaba las festividades como un método de expresión de su propia identidad frente a los demás.

“La música entra a hacer parte esencial de la fiesta, desde el momento en que el hombre concibe el cielo como una gran bóveda, en la cual los sonidos resuenan en todo su territorio, como una forma de comunicación con realidades trascendentes y la música entra a ser elemento fundamental de rituales festivos.” Martínez Ubárnez, (2009: 2)

### **2.2.2 Festivales e identidad cultural:**

"... cargada de hechos y personajes simbólicos, mediante los cuales cada pueblo en particular reactualiza la visión que tiene de sí mismo y del mundo que le rodea, la fiesta reordena y orienta cíclicamente las relaciones al interior del grupo, redistribuye instancias de poder y prestigio y, sobre todo se reproduce a sí mismo, comunicándole a sus miembros los símbolos portadores de su identidad. Se dice además que toda acción teológica, política, social o cultural, no se piensa hoy como verdaderamente lograda si no termina en una fiesta'. En tal sentido, ésta es una promesa política, cultural, social" Pereira Valarezo, (2009:168)

En todos los estudios, se encuentra el origen religioso de las fiestas como algo indubitable. Según Coulanges (1864:183): "en todo tiempo y en todas las sociedades, el hombre ha querido honrar a sus dioses con fiestas, y ha establecido que habría días durante los cuales el sentimiento religioso reinaría sólo en su alma, sin ser distraído por los pensamientos y labores terrestres. En el número de días que ha de vivir ha reservado una parte a los dioses".

En todas las ciudades existían fiestas dedicadas a diversas divinidades, y poco a poco se fue introduciendo la prohibición de trabajar durante estas festividades con el fin de dedicar tiempo libre al culto a estos dioses. A la fiesta primigenia se le va sumando las actividades lúdicas, cantos, bailes y juegos, proporcionando elementos culturales y recreacionales que le dan a la fiesta un carácter social, combinando elementos profanos con los religiosos.

A partir de la fiesta profana aparece la figura del festival, mediante el cual se exaltan determinados elementos de identidad cultural, ya se trate de un festival de cine, danza, música o cualquier otro arte. El festival se va introduciendo en la cultura contemporánea como un espacio de proyección y consolidación de esta identidad cultural con el fin de compartirla fortaleciendo las relaciones interculturales.

Los festivales están estrechamente conectados a los lugares y las culturas, actúan como una expresión de identidad cultural. Del mismo modo, ciertos eventos y festivales ayudan a reforzar y fomentar la identidad de la comunidad.

Según Turner (1982), todas las culturas reconocen la necesidad de disponer de determinados momentos y espacios para la creatividad y la celebración comunitaria, y los festivales constituyen un vehículo de expresión de la estrecha relación entre la identidad y lugar. Ekman (1999), describe como los festivales son ocasiones para expresar la pertenencia colectiva a un grupo o a un lugar y son oportunidades para la elaboración de historias compartidas, prácticas culturales e ideales, así como la creación de valores para las interacciones sociales.

Estos eventos especiales juegan un papel importante dentro de la administración y comercialización de los lugares, pero para obtener el máximo rendimiento de tales festividades, ya sea en términos económicos o sociales, se debe tener en cuenta en su gestión, el conocimiento de sus efectos.

Se han realizado investigaciones desde un campo interdisciplinario, sobre la contribución de las fiestas y festivales al desarrollo de la identidad local del municipio donde se realizan. Los estudios referidos a este caso se dividen mayoritariamente en dos categorías: los que estudian la percepción del impacto del festival, como Delamere (2001), quien realizó una investigación cuyo propósito fue desarrollar una escala que mide las actitudes y percepciones de los residente, y los impactos sociales en la comunidad donde se realiza el festival. Con esta escala Delamere realiza una categorización de las actitudes reflejando el valor y la importancia que le dan los residentes a los impactos sociales, separando beneficios sociales y costes sociales. Desde el punto de vista de entender los festivales como atracciones turísticas que proporcionan beneficios personales a los individuos y a las comunidades (Allen *et al*, 1993). El estudio de Gursoy, Kim y Uysal, (2004), igualmente proporciona una escala para medir los impactos en la comunidad de los festivales. Definen los festivales como atracciones turísticas únicas que proporcionan beneficios personales, tales como nuevas oportunidades de recreación. El propósito de este estudio era desarrollar un instrumento para medir las percepciones de los impactos de festivales y eventos especiales en las comunidades locales donde se organizan. Mediante un análisis factorial confirmatorio, los resultados mostraron que las percepciones de los

impactos socio-económicos de los festivales y eventos especiales poseen cuatro dimensiones: cohesión de la comunidad; beneficios económicos; incentivos sociales; y costos sociales.

Continuando con la bibliografía escrita acerca de estos eventos se encuentran varios estudios y artículos que muestran los beneficios que generan. Estudios sobre los beneficios de los festivales (Besculides, Lee y McCormic 2002; Crompton y McKay, 1994; Esman, 1984; Gartner y Holecek, 1983; King, Pizam y Milman, 1993; Milman y Pizam, 1988; Thrane, 2002; Uysal y Gitelson, 1994). Los festivales proporcionan entretenimiento cultural, diversión y atracciones para la comunidad y son una oportunidad de involucrar a la gente en las actividades comunitaria. "Los festivales están a menudo íntimamente relacionados con el mantenimiento y la celebración de los valores comunitarios y, en última instancia, con su supervivencia", (O'Sullivan y Jackson, 2002:327).

Alice O'Grady (2013) en su artículo *Exploring festival performance as a state of encounter*, recoge los estudios de diferentes eventos a lo largo de los años 2008-2013 explorando el concepto de transformación de los festival de música popular como lugares de encuentro. El artículo examina la idea de encuentro y la co-creación, no sólo como un método de práctica en el desempeño del festival, sino también como una metodología para facilitar la cooperación y la interacción entre las partes interesadas con un interés común en la comprensión del impacto del festival.

En cuanto a la investigación sobre los impactos sociales que tienen los festivales en las comunidades se encuentra diversa bibliografía (King, Pizam y Milman, 1993). El turismo puede ser una influencia positiva para el desarrollo económico de un territorio, pero también conlleva ciertos cambios sociales que pueden ser positivos o negativos. Milman y Pizam (1988) sostienen que el turismo también genera daños tanto al medio ambiente como sociales, tales como problemas de acogida por parte de la sociedad residente, cambios en los estilos de vida, sistemas de valores, comportamientos de los individuos o colectivos, etc.

Gezt (2010), afirma que los festivales y la gestión de eventos en general se han convertido en un creciente campo de estudios en las Universidades de todo el mundo, porque fiestas,

grandes eventos y festivales ocupan un lugar especial en casi todas las culturas y por tanto han de ser investigados dentro de las disciplinas de la antropología y la sociología. El autor apunta que la celebración implica experiencias intelectuales, emocionales y conductuales que pueden conducir a resultados inesperados y en ocasiones no deseados. Los festivales son fenómenos complejos planificados que implican cambios sociales, personales, culturales y económicos, lo que hace que los organizadores y los territorios se interesen cada vez más en el estudio de su estructura, organización, implantación e impactos para conseguir las consecuencias deseadas. (Gezt, 2010:7).

Otros autores, como es el caso de De Bres y Davis, (2001) y Derrett, (2003), realizan una investigación empírica mostrando que un festival puede contribuir al desarrollo de la identidad local en dos áreas principalmente:

- En el primer caso, puede funcionar como un "identificador distintivo del lugar y la gente" (Derrett, 2003:57) y por lo tanto ser una manifestación externa de la identidad de la comunidad hacia el exterior.
- En el segundo caso, el festival puede actuar como refuerzo social y cultural y de la identidad de la comunidad. Ekman (1999), describe como los festivales son ocasiones de expresar la pertenencia colectiva a un grupo o un lugar.

Jepson y Clarke (2012) afirman que los festivales contienen ciertos elementos únicos y pueden ser considerados como una nueva ola alternativa de turismo. Crean prestigio y mejora de la imagen y potencian el orgullo local.

Las investigaciones contemplan los festivales como atracciones turísticas de rápido crecimiento, incluso en poblaciones pequeñas. Getz (1991) clasificó las fiestas y eventos especiales como festivales como una de las tres grandes categorías dentro de las atracciones turísticas, contemplando dentro de las otras dos; atracciones de tipo ambiental, como el clima o el paisaje y las atracciones de tipo permanente como lugares sagrados, sitios de interés histórico u otro tipo de instalaciones.

El éxito de este tipo de eventos, dependerá en gran parte de las relaciones con la comunidad, tanto a nivel intra-comunitario como a nivel extra-comunitario. Será totalmente necesaria la colaboración y coordinación entre los líderes locales, organizadores y organismos para el éxito del evento. El éxito de muchos de estos proyectos se basa en la capacidad de coordinación de los líderes locales entre los residentes de la localidad, los organismos y las agencias involucradas en el evento (Borich y Fleming, 1993).

Mayfield y Crompton, (1995), aseguran la necesidad de responder a los deseos tanto de los visitantes al evento, como los de la comunidad, para conseguir el éxito a largo plazo del proyecto y desarrollaron un estudio que contemplaba ocho razones para la realización de un festival en una comunidad, entre las cuales se encontraban las tres más relevantes: El sentimiento de orgullo de la comunidad, la diversión y entretenimiento para las familias de la localidad y una mejora a nivel turístico.

Ciertamente el alcance y magnitud de este tipo de eventos se presenta como una experiencia única de ocio, (Gorney y Busser, 1996). Los festivales poseen la capacidad de dar forma a la imagen de una comunidad, por lo que la relación entre el festival y su comunidad de acogida, la lleva más cerca del escrutinio, (Getz, 1991). Es de gran importancia dar voz a la comunidad y centrar la atención en el espíritu del lugar de realización del evento, (Engler, 1994).

Para que el esfuerzo de la creación del evento resulte exitoso, se necesita creatividad y un fuerte espíritu de comunidad (Bradbury y Becker, 1994). Se trata de una empresa crucial, para conseguir el éxito a largo plazo, la creación y comercialización de una imagen pública y la identidad del evento.

La publicidad favorable del evento también será una parte fundamental para su éxito a largo plazo, ayudando a crear una imagen, tanto para los residentes como para los visitantes, (Rolley y Clements, 1994). La publicidad y las herramientas de marketing que ayuden a formar una imagen positiva del evento, ayudaran a su conservación y éxito a lo largo del tiempo.

Algunos autores, como es el caso de Simmons (1994), apuntaban que los habitantes de la localidad son un ingrediente esencial para la atmosfera de hospitalidad que se verá reflejada en los visitantes.

La proliferación de festivales en las últimas dos décadas ha sido realmente cuantiosa. Esto es debido a la cambiante gestión urbana, los cambios estructurales en la producción económica, el uso de la cultura como un medio de riqueza y creación de empleo y los efectos de la globalización, (Quinn, 2005). Todo esto ha llevado a los eventos y festivales a posicionarse como estrategias útiles de inversión en las ciudades y localidades, para lograr diferenciarse de las demás y obtener una posición competitiva. De esta manera, las nuevas formas culturales de consumo pueden mejorar y animar a las comunidades locales.

Paddison (1993) explica que en una ciudad la búsqueda de la inversión interna va a ser competir con otras ciudades a través de pantallas urbanas empresariales. Los festivales y eventos, vistos como formas de pantalla empresarial, han llegado a considerarse como elementos vitales en la adquisición de la inversión necesaria para la reestructuración y regeneración (Robertson y Wardrop 2004).

Los estudios que han ido apareciendo acerca de los festivales abordan temas como el papel que juega el establecimiento del lugar, sus impactos en la sociedad y la cultura y los impactos en el turismo. Dentro de estas investigaciones encontramos pareceres como el caso de Quinn (2006), que sugiere una excesiva mercantilización de los festivales por parte de los promotores de turismo. Argumenta que si bien los festivales funcionan como atracción turística, su importancia social se amplía mucho más allá del turismo. Expone que los festivales además de contribuir al desarrollo de las artes, también crean la demanda de esas artes, aludiendo a que independientemente de los objetivos iniciales de los festivales, desarrollan inevitablemente perfiles turísticos.

A partir de esto, surge el trato a los festivales como materias primas cuyos estudios van orientados al marketing, comportamiento y motivaciones de los consumidores, impactos económicos, la planificación y su comercialización.



## **2.3 EVOLUCION HISTÓRICA EN EL ESTUDIO SOBRE EVENTOS Y FESTIVALES**

### **2.3.1 Eventos, revisión bibliográfica:**

Los eventos son estudiados como importantes factores de motivación turística y se integran en los planes de desarrollo y marketing de la mayor parte de los destinos turísticos.

Las investigaciones turísticas que estudian los eventos y sus impactos en los destinos son relativamente recientes. En la década de los sesenta aparecen los primeros estudios que contemplan el turismo de eventos, comenzando a tomar relevancia en los años setenta.

Los festivales han ocupado un lugar importante en la literatura relacionada con los eventos, pero sin evaluarse de manera separada. La revista de investigación *Dirección del Festival y Turismo Eventos*, que más tarde fue rebautizada como (*Gestión de Eventos*), publicó esporádicas investigaciones sobre el turismo de eventos y fiestas o la investigación de su gestión. Según lo confirmado por Formica (1998), encontró un total de cuatro artículos relacionados con la gestión de eventos y turismo de eventos publicados en la década de los setenta, en *Annals of Tourism Research* y *Journal of Travel Research*. En una investigación posterior Formica cuantificó los temas explorados sobre festivales y eventos especiales en artículos de investigación desde 1970 hasta 1996, y concluyó que las principales áreas estudiadas fueron: en primer lugar los impactos económicos y financieros, continuado por el marketing, los perfiles de los festivales y eventos, el patrocinio, la gestión, y por último las tendencias y pronósticos.

Getz (1989) empezó a considerar la planificación de eventos y turismo de eventos, y en 2008 establece un marco para la creación de conocimiento y el desarrollo de teoría. Como señala Formica (1998), la literatura sobre el turismo de eventos carece de teoría avanzada y del uso de múltiples métodos de investigación, lo cual según Gezt, *et al* (2008), es algo propio de cualquier campo relativamente nuevo en la investigación.

Ahora los eventos juegan un papel importante en la industria turística, la renovación urbana, el desarrollo cultural y la adopción de identidad turística.

Según Donald Gezt (1991) los eventos son un fenómeno espacial y temporal y cada uno debido a las interacciones entre la organización, la dirección, el programa, los asistentes y los elementos de diseño. Cada evento o festival es único y está creado con un objetivo. Gezt (1991) establece una tipología, basada en dos tipos de eventos:

- Eventos de celebración pública, que incluyen festivales para la comunidad con gran variedad de programaciones que pretenden cohesión u orgullo cívico.
- Festivales cuyo objetivo es un concurso, diversión, negocio, entretenimiento o socializar.

Haciendo una revisión bibliográfica sobre los artículos o estudios relacionados con el turismo de eventos, el historiador Boorstin (1961), llamó la atención hacia el fenómeno de los acontecimientos creados para publicidad y objetivos políticos. En su libro, *The Image: A Guide to Pseudo-events in America*, Boorstin afirma que Estados Unidos estaba viviendo en una "era de artificio", en la que las situaciones creadas, las ilusiones y las mentiras se habían convertido en una fuerza dominante en la sociedad. Alude también a una vulgarización de la alta cultura para la sociedad de masas y a la creación de productos artificiales para la industria del turismo. El autor señala que alimentados por la publicidad y los medios de comunicación, crecen nuestras expectativas, provocando una demanda cada vez mayor de ilusiones. De este modo la creación de ilusiones comienza a convertirse en un negocio. Según Boorstin, Estados Unidos se estaba alejando así de la realidad viviendo cada vez más experiencias generadas y superficiales.

El "turismo de eventos" ha sido revisado histórica y ontológicamente por Getz (2008). Ritchie y Beliveau publicaron el primer artículo expresamente sobre el turismo de eventos en 1974, cuyo tema se basaba en como los eventos podían combatir la estacionalidad del turismo, para ello examinaron el Carnaval de Invierno de Quebec. Publicaron el estudio en el *Journal of Travel Research* en 1974, incluyendo un estudio no publicado de los impactos económicos del Carnaval de 1962, tomándose este estudio como probablemente el primero registrado de este tipo en la literatura de investigación.

En la década de los 80 la investigación acerca del turismo de eventos se amplía, en 1982 Gunn y Wicks realizan un informe sobre los visitantes a un festival en Galveston. Los destinos, para animar a venir a los visitantes fuera de temporada de turismo han desarrollado y promovido eventos especiales, con el fin de evitar esta estacionalidad, siendo ejemplos de ello en las primeras investigaciones sobre el tema, el Carnaval de Invierno de Quebec o el Oktoberfest de Munich. Gartner y Holecek realizan un estudio en 1983 sobre el impacto económico de una exposición de industria de turismo anual, y estimaron que los impactos económicos totales en un espectáculo de barcos en 1980 en Detroit, fueron de 3,8 millones de dólares.

A partir esta década, son varios los estudios que proporcionan un marco teórico para el estudio de los impactos de eventos. Ritchie (1984), elabora un estudio sobre la naturaleza de impactos de los eventos. En él estudia los Juegos Olímpicos de Invierno en Calgary, siendo uno de los escasos estudios longitudinales sobre el campo de los eventos. A este estudio le siguen “*Olympulse VI: Una evaluación posterior a la reacción de los residentes al evento para los XV Juegos Olímpicos de Invierno*” (Ritchie, JRB y Lyons, M. 1990) y “El impacto de un mega-evento en la conciencia de la región anfitriona: un estudio longitudinal” (Ritchie, JRB y Smith, B., 1991).

Dentro del campo de estudio del turismo, el término “turismo de eventos” no comienza a usarse hasta finales de la década de los ochenta. Un artículo realizado por Getz en 1989 denominado: “Eventos Especiales: la Definición del Producto” desarrolló un marco para planear el “Turismo de Eventos”.

Coopers y Lybrand Consulting Group (1989), realizan un estudio sobre los visitantes y los impactos económicos de los festivales en Canada. Mill y Morrison (1985) publican un texto donde el Sistema de Turismo reconoce explícitamente el poder de los eventos. Apoyan la idea de que la motivación tiene un papel fundamental en la elección de viajes y vacaciones.

Podemos encontrar diversos estudios en Australia, Soutar y McLeod (1993), investigaron sobre las percepciones que tenían los residentes de un gran evento. Examinaron las diferencias que había en las percepciones de los residentes antes, durante y después de la America's Cup, finalizada en 1987 en Australia y comprobaron que las percepciones tanto de impacto económico como de congestión física en la ciudad pasaron de un nivel

muy bajo antes del evento a un nivel máximo un año después de su finalización. Syme, *et al* (1989), publicaron un libro titulado “La Planificación y Evaluación de Acontecimientos”. También en el mismo año, Hall (1989) escribió un artículo con la definición y análisis del turista de estos acontecimientos, denotando la necesidad de una mayor atención a los impactos sociales y culturales.

Dentro del campo de la gestión de eventos, uno de los primeros libros con una notable investigación sobre el tema es: “Eventos Especiales: El Arte y la Ciencia de la Celebración” escrito por Goldblatt y publicado en 1990.

Autores como Getz (1990) y Goldblatt (1990) comenzaron a definir los eventos como acontecimientos especiales de carácter efímero que solo se pueden producir una única vez, convirtiéndose en eventos únicos. Arnaldi (1968), utilizó la expresión “acontecimientos especiales” para referirse a las iniciativas, sucesos y/o hechos de distinta índole y naturaleza, de presencia pública, promovidos y/o realizados por organizaciones fuera de su dinámica habitual para conseguir distintos objetivos.

Getz en 1991 publica el libro “Festivales, Acontecimientos Especiales y Turismo” y en 1995 Hawkins y Goldblatt publican un artículo denotando la necesidad de incluir en educación la dirección y planificación de eventos, debiendo ser incluidos en el plan de estudios de turismo.

*Festival Management and Event Tourism*, más tarde llamada *Event Management*, comenzaron a publicar en 1993 numerosos artículos que han contribuido a avanzar en la investigación acerca del Turismo de Eventos. Uysal, Gahan, y Martin (1993), plantearon la cuestión de por qué la gente realiza viajes para asistir a eventos y festivales. Realizaron un marco teórico de la dimensiones de motivación de asistencia a eventos evaluando a variabilidad o estabilidad de estos motivos. Crompton y McKay (1994) publican un artículo sobre los impactos económicos de eventos y en 1997 destacan tres razones por las que el estudio de las motivaciones de los asistentes es algo significativo; es una clave para para el diseño de nuevos productos; reconocimiento de las necesidades de los visitantes. La motivación supone un antecedente a la satisfacción y esta satisfacción conlleva la repetición de las visitas; identificar y priorizar las motivaciones facilita la generación de mejores y más eficaces herramientas de marketing, (Crompton y McKay, 1997). Bos

(1994) examinó la importancia que tienen los mega-eventos a la hora de generar demanda de turismo.

Una gran parte de la literatura relacionada con el turismo de eventos y su gestión es de interés directo para los organizadores y promotores de los festivales, proporcionando conocimiento sobre la motivación de los consumidores y sobre los impactos que producen estos eventos y festivales, estableciendo así unas bases para una planificación estratégica.

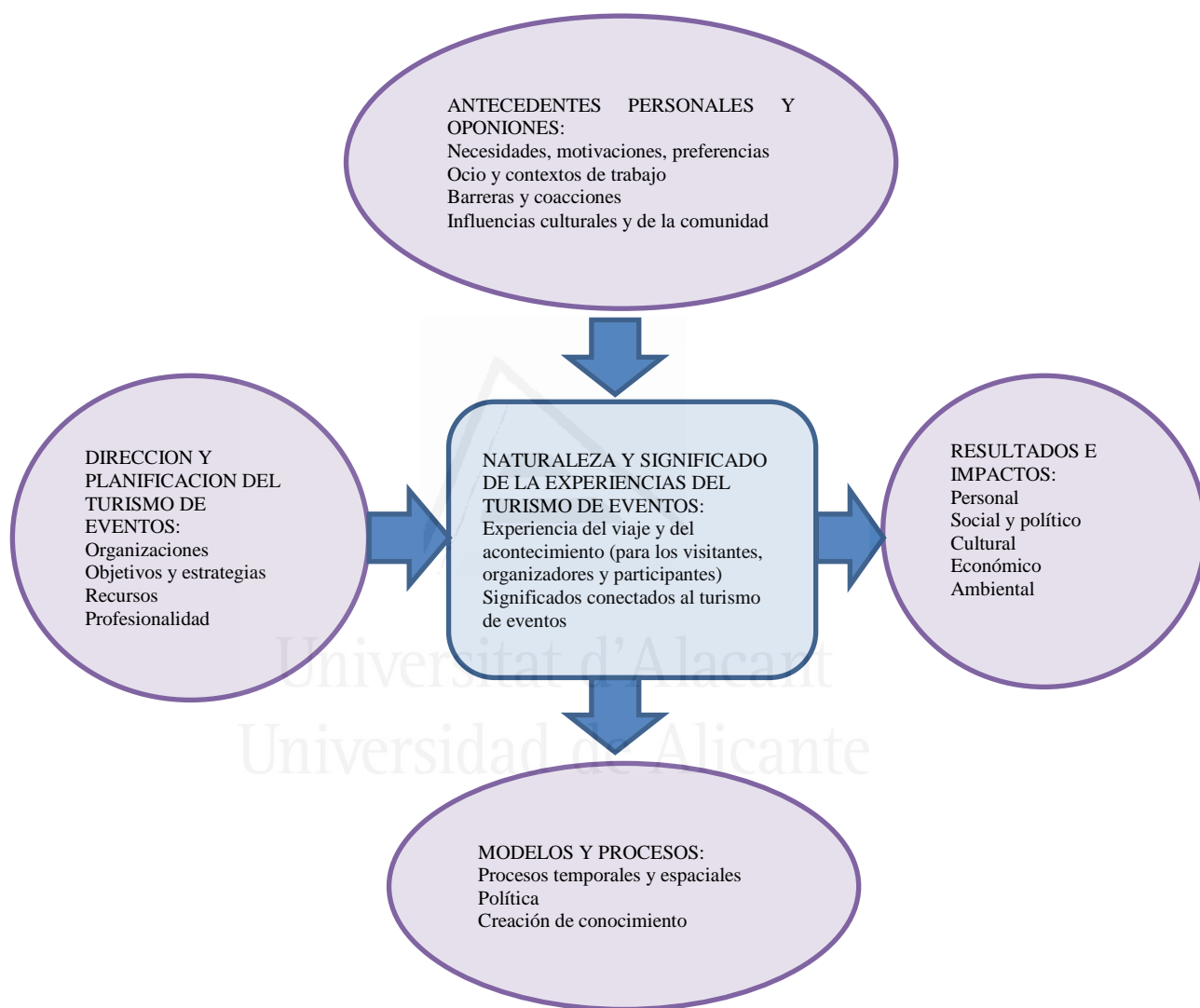
En la década de los 2000, se tiene más en cuenta los estudios sobre turismo de eventos, y estos se han equilibrado y asentado en el campo de la investigación. También es cierto que la mayoría de estos estudios se basan en los impactos económicos que tienen los eventos y festivales para el Turismo. La investigación sobre los impactos sociales y culturales de estos acontecimientos son estudios ocasionales como Greenwood (1972), la descripción conceptual proporcionada por Ritchie (1984), y la investigación sociológica por Cunneen y Lynch (1988), Delamere, Wankel, e Hinch (2001) estudiaron la actitud de los residentes como indicadores de impacto sociales. Xiao y Smith (2004), estudiaron los impactos del evento con las percepciones de los residentes. Fredline, Jago, y Deery (2003) y Fredline (2006) estudian el desarrollo de una escala de impacto social para eventos.

Festivales y carnavales normalmente han sido incluidos en la literatura del turismo cultural, Richards, (1996, 2007) y los estudios de festivales en particular están dentro del contexto de la mercadotecnia del lugar, turismo, desarrollo urbano y recientemente cambio social, como por ejemplo Picard y Robinson, (2006).

Pine y Gilmore (1999), estudiaron la naturaleza del turismo motivado por eventos en particular, las experiencias y las motivaciones de la asistencia. El siguiente cuadro proporciona un marco para estudiar, comprender y conocer el turismo de eventos.

### **2.3.2 Un marco para comprender el turismo de eventos:**

**Figura 1: UN MARCO PARA COMPRENDER Y CONOCER EL TURISMO DE EVENTOS**



**Figura.** Un marco para entender y crear conocimiento sobre el turismo de eventos (Fuente: adaptado de Getz, 2007).

Sobre las atracciones culturales (Richards, 1996: 262), advierte la importancia de conocer a quien las consume y de cómo este consumo afectará a la producción forma y localización de éstas. Mayfield y Crompton, 1995; Mehmetoglu y Ellingsen, 2005; Tomljenovic y Weber, 2004), son algunos de los investigadores que han hecho estudios sobre la orientación de la mercadotecnia de los festivales. Stokes (2004) señala que el turismo de eventos y festivales se concibe como un sector impulsado principalmente por el objetivo de beneficios económicos, aumentando la relevancia de los estudios sobre gestión estratégica.

La literatura antropológica de las celebraciones culturales es amplia y el turismo es en muchas ocasiones visto como un agente de cambio. El turismo de festivales se ha incluido en estudios culturales, (Quinn, 2006; Prentice y Andersen, 2003) teniendo en cuenta el papel que juega la creación de imagen y la generación de turismo.

El turismo que se genera con la concurrencia a un festival, puede ser visto como una “peregrinación”, que generalmente implica una visita a un sitio sagrado o a un acontecimiento especial. Las experiencias vividas al asistir a un acontecimiento especial son conceptuadas por Donald Gezt (2007) y estudiadas en términos de tres dimensiones interrelacionadas: lo que la gente hace y su comportamiento como (la dimensión 'conativa'), sus emociones o actitudes (la dimensión 'afectiva'), y la cognición (conciencia, percepción y entendimiento). Y se puede entender que el turismo que se genera con la asistencia a un festival tiene una experiencia holística, basada en la integración total de los individuos frente a un concepto o situación. Con unas necesidades, motivaciones, actitudes y expectativas frente al acontecimiento.

La celebración de festivales ha ocupado un lugar importante en las sociedades y sus implicaciones culturales y sociales de ritual y fiesta, siempre han atraído el interés de los sociólogos y antropólogos.

Este tipo de celebraciones, encarnan a la vez una experiencia intelectual, conductual y emocional. Los festivales son construcciones sociales que varían de unas zonas a otras y son eventos complejos que deben ser planificados ya que tendrán impactos en la sociedad, la economía y la cultura.

Citados anteriormente, Van Gennep (1909) y Turner (1969, 1974, 1982) avanzaron el concepto de liminalidad, concepto que más tarde, Ryan (2002), introdujo como parte relevante a la hora de analizar las experiencias vividas al viajar a acontecimientos especiales y festivales.

En antropología, la liminalidad, (del latín *limen*, "umbral") es definida como la ambigüedad o la desorientación que se produce en la etapa media de "los rituales", cuando los participantes ya no tienen su "pre-estado" al ritual, pero todavía no ha comenzado la transición al estado que se llevará a cabo cuando el ritual esté completado. Durante la etapa liminal de un ritual, los participantes "en el umbral" están, entre su anterior forma de estructurar su identidad, el tiempo, o la comunidad, y una nueva forma, que el ritual establece. El concepto de liminalidad es tomado por Arnold Van Gennep y secuenciado en un "tiempo-espacio tripartito" (una fase preliminar o previa, una fase intermedia o liminal y otra fase posliminal o posterior). La liminalidad se relaciona directamente con la *communitas* puesto que se trata de una manifestación anti-estructura y anti-jerarquía de la sociedad.

Las posturas defendidas por Van Gennep o Turner asumen que durante la fase liminal, las diferencias normalmente resaltables entre los participantes, tales como la clase social, a menudo no se destacan o se ignoran. Una estructura social de *communitas* está basada en una humanidad común con igualdad jerárquica reconocida. Por ejemplo, durante una peregrinación, los miembros de la clase alta y los miembros de una clase baja puede mezclar y conversar de igual a igual, cuando en la vida normal rara vez conversarían o su conversación podría limitarse a dar o recibir órdenes, (Turner, Victor and Edith, 1978). Según Turner, esta sensación de *Communitas* se crea en los peregrinos al "alejarse de las estructuras mundanas y de sus identidades sociales, lo que lleva a una homogeneización de la situación". (Thomassen, 2009:15).

Falassi (1987) describe la festividad como un tiempo que está fuera de ordinario. La gente viaja un periodo determinado de tiempo, hacia un lugar específico, para asistir a un acontecimiento especial o festival para realizar actividades que se salen de lo normal y poder vivir experiencias únicas, que solo las personas que acudan a ese acontecimiento podrán vivir.



Hay muchos factores a tener en cuenta en el estudio del turismo de eventos, el personal, los factores sociales y culturales afectarán el comportamiento en el turismo de eventos, y si bien existe una literatura abundante dentro de los campos del ocio y de los viajes en general, varios factores que afectan directamente al turismo de eventos aún no han sido suficientemente explorados. Hede, Jago, y Deery (2004) realizaron un estudio sobre los valores personales y el turismo de eventos y Kay (2004) condujo uno de los pocos estudios culturales de eventos y turismo.

Mackellar's (2006) realizó una investigación sobre las diferencias entre el interés especial y las motivaciones generales que atraían a la gente para viajar a determinados eventos. Jackson, (2008) estudió las percepciones de los residentes en el turismo de eventos especiales. Examinó las percepciones en cuanto a impactos sociales, económicos y ambientales.



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

## **2.4 EL TURISMO CULTURAL**

“La opinión pública sostiene dos puntos de vista distintos y francamente incoherentes acerca de la relación entre el arte y el dinero. Se supone que la negociación comercial destruye el arte y que el mercado sólo produce obras de mala calidad para complacer a las masas. Al mismo tiempo y con frecuencia las mismas personas defienden una opinión opuesta sobre la relación entre arte y dinero”. Bruno S. Frey, (1997:1)

Podemos enmarcar el turismo provocado por los festivales como un tipo de turismo cultural, el cual es concebido como una forma de turismo alternativo que conlleva la comercialización de la cultura.

Una definición de turismo alternativo la encontramos en los autores Smith y Eadington, (1994:3) que lo comprenden como: “las formas de turismo que son consecuentes con los valores naturales, sociales y comunitarios, que permiten disfrutar positivamente tanto a anfitriones como a invitados y hace que merezca la pena compartir experiencias”.

El modelo del turismo español ha estado basado fundamentalmente en una oferta de sol y playa, pero de unos años hacia aquí todo esto ha ido cambiando, intentando ofrecer al turista lo que las nuevas demandas venían exigiendo.

Es a partir de la década de los ochenta cuando empiezan a aparecer “nuevos turismos” encaminados a satisfacer las demandas del mercado. Estos productos se presentan como nuevas maneras de hacer turismo, empezando una estrategia de diversificación del turismo, mejorando así la competitividad del destino turístico y ofreciendo otro tipo de actividades o eventos que atraigan a otros sectores del mercado.

La existencia de atractivos culturales podrá ser un factor para la elección del destino vacacional. Según Fraile (2002) parece estar demostrado que la diversificación a través de atractivos culturales ejerce un efecto positivo al turista tradicional.

Estas nuevas maneras de hacer turismo surgen de las nuevas exigencias del mercado, para hacer más competitivos los destinos turísticos, eliminar la estacionalidad y hacerlos más

flexibles. Desde la década de los ochenta han ido creciendo estos tipos de turismo alternativo, creciendo las políticas de desarrollo económico y regeneración urbana y cobrando especial importancia el marketing para “vender las ciudades”. Harvey (1989) apunta que en las ciudades europeas estos cambios han llevado a los “mercados de festivales”, creciendo el turismo de eventos y festivales como forma eficaz de atraer a los turistas en busca de un producto innovador, generador de experiencias.

Son muchos los textos en el que se desarrollan y analizan estas formas de turismo. Entre ellos encontramos la tipología de las distintas formas de turismo que propone Smith, V. L. (1977:2-3), conformando una lista de cinco, definidas en términos de la clase de movilidad de tiempo libre que prefiera el turista.

a. Dentro de la primera categoría se encontraría el Turismo étnico: visto como la comercialización de costumbres “típicas” y exóticas de pueblos indígenas. Actualmente entendido como “el viaje con el propósito de observar las expresiones culturales y los estilos de vida de pueblos realmente exóticos.

b. Turismo medioambiental: en muchas ocasiones está asociado al turismo étnico y, de igual forma que éste, representa un atractivo para las élites. El equivalente actual correspondería al ecoturismo que atrae a visitantes hacia “zonas naturales, poco alteradas o contaminadas para disfrutar del paisaje, flora, fauna y manifestaciones culturales características de estas áreas” (Williams, 1992:143).

c. Turismo recreativo: en el cual se puede enmarcar el turismo de sol playa y destinos de relax. El conocido hoy en día como Turismo de masas combinado con aspectos culturales y ocio nocturno, como pueden ser, discotecas y otros locales de restauración.

d. El turismo histórico: caracterizados por una revisión de las glorias del pasado, representadas en los museos, catedrales, monumentos y ruinas. Para este tipo de turismo abundan las excursiones guiadas.

e. Turismo cultural: comprendiendo las visitas a lugares pintorescos, circuitos, monumentos y museos o ciudades donde se desarrollan acontecimientos o eventos culturales a resaltar. (Smith, 1992, p. 20-23)

“La economía del arte tal como existe hoy no se halla limitada a la relación entre cultura y economía. De forma más general, es una parte del análisis económico del comportamiento humano, que aplica el pensamiento económico a todo el ámbito social, incluidos el medio ambiente natural, la política (elección pública), el delito, la familia, la historia, el derecho y también el arte”. Bruno S. Frey, (1997:2)

El ICOMOS (*Internacional Council of Sites and Monuments*) define el turismo cultural como “un movimiento de personas esencialmente por una motivación cultural, tal como el viaje de estudios, representaciones artísticas, festivales u otros eventos culturales, visitas a lugares y monumentos, folklore, arte o peregrinación”<sup>4</sup>. Puede verse también como algo complementario al turismo recreativo.

Enmarcando los festivales musicales según esta tipología dentro del turismo cultural, y siguiendo en la línea de este, podemos ver que aunque las formas más primigenias del turismo cultural las encontramos en los orígenes del turismo, no se ve impulsado hasta el desarrollo del turismo masas y el estado de bienestar.

El turismo cultural está relacionado actualmente con la atracción que ejerce “lo que las personas hacen” (Singh, 1994: 18) sobre los turistas potenciales, incluyendo, la cultura popular, el arte, la arquitectura, los eventos festivos, los museos y los lugares patrimoniales e históricos, con el propósito de experimentar la “cultura” en el sentido de una forma distintiva de vida (Hughes, 1996: 707) y participar en nuevas y profundas experiencias culturales, tanto en lo estético como en lo intelectual, emocional o psicológico (Stebbins, 1996: 948).

Dentro del turismo cultural, enmarcamos el turismo de festivales, el cual puede desarrollar productos con un gran atractivo para el mercado, pudiendo posicionar el destino de realización como oferta turística nacional e internacional.

---

<sup>4</sup> ICOMOS. (1999). Carta Internacional sobre el Turismo Cultural de 1999 <http://www.icomos.org>

A continuación veremos las peculiaridades que según Gonzalo, P. (2005: 27) distinguen el turismo cultural del resto y al mismo tiempo las estrategias para la concepción del producto “festival” como producto turístico.

Los productos culturales satisfacen una necesidad de tipo «espiritual» de las personas y configuran un marco que ofrece cohesión, identidad y sentido de pertenencia a través de su fuerte significado simbólico. Las ofertas turísticas basadas en estos productos, por tanto, presentan determinadas ventajas derivadas de lo anterior:

- El turismo cultural puede actuar no solo como un factor estratégico en el desarrollo económico local, sino también influyendo positivamente en factores más intangibles como el desarrollo social y la calidad de vida en las ciudades o regiones en las que se promueve.
- Puede ser utilizado por localidades remotas, apartadas de las grandes áreas y rutas turísticas, o que no cuentan con otro tipo de recursos naturales que sean explotables desde el punto de vista turístico.
- Por su propia esencia, aporta unos valores que son únicos, y no son intercambiables con ningún otro destino competidor. Permite diferenciar el destino claramente de la competencia, y además le aporta determinados valores de autenticidad y prestigio.

Según Throsby (2001) existe un carácter multifacético en los productos culturales que va más allá de lo económico y contiene los siguientes aspectos:

- Valor estético: hace referencia a los valores relacionados con la belleza y la armonía, incluyendo factores como el entorno de consumo del producto cultural, que en ocasiones resultan determinantes en la experiencia.
- Valor espiritual: que desarrolla el sentido de pertenencia a un colectivo o comunidad (religiosa, de valores, etc.), permitiendo satisfacer necesidades de reconocimiento social.

- Valor social: que permite vincular a colectivos que comparten un entorno social a través de la vinculación con valores que comparten y a la vez los diferencian.
- Valor histórico: que permite la conexión con el pasado y mejora la comprensión del contexto actual.
- Valor simbólico: que hace referencia a la imagen que transmite el consumo de productos culturales.
- Valor de autenticidad: que hace referencia al carácter creativo y genuino del propio bien, que hace del producto cultural una experiencia única y personal en la que participan tanto el creador como el cliente que interpreta y hace suya la experiencia de consumo desde su perspectiva.

En este punto, se pueden resaltar las características que diferencian a los productos culturales de los demás:

- Son el resultado de un acto creativo: representando el papel del proveedor o creador algo activo e inseparable del producto.
- Hace referencia a la generación y comunicación de un significado simbólico.
- Incorpora, al menos potencialmente, alguna forma de propiedad intelectual.
- Es intangible, con frecuencia hace referencia a experiencias (personales o de grupo), y por lo tanto requieren del uso de técnicas especializadas de gestión y comunicación.
- Es efímero, caduca con gran rapidez.
- Es heterogéneo, y por lo tanto su percepción podrá diferir entre segmentos de consumidores.
- Es inseparable: nivel de implicación por parte del receptor.

Si bien todas estas características se dan en la práctica totalidad de los productos culturales, se debe tener en cuenta que no se dan con la misma intensidad. No todos los productos culturales serán igual de intangibles y efímeros, en el caso de un festival de música o asistencia a un concierto, es un producto que no se puede almacenar y vender posteriormente al consumidor, las entradas se venden en un determinado periodo de tiempo. Por este motivo existe una distinción entre el sector de las artes, cuando estos productos son efímeros e intangibles, recibiendo el nombre de “industria cultural”.

El Modelo de los Círculos Concéntricos de Throsby, (2010), identifica cuatro niveles de productos culturales siendo el primer nivel el que cuenta con una mayor concentración cultural, y progresivamente este valor va disminuyendo hasta llegar al último nivel:

- a) **Nivel 1.** El núcleo de artes creativas:
  - Literatura.
  - Música.
  - Artes escénicas.
  - Artes visuales.
  
- b) **Nivel 2.** Otras industrias creativas:
  - Cine.
  - Museos, galerías y librerías.
  - Fotografía.
  
- c) **Nivel 3.** Industrias culturales generalistas:
  - Servicios de patrimonio.
  - Medios, edición y publicación.
  - Grabación.
  - Televisión y radio.
  - Video y juegos de ordenador.
  
- d) **Nivel 4.** Industrias relacionadas:
  - Publicidad.
  - Arquitectura.
  - Diseño.
  - Moda.

En el caso de los festivales y macro festivales de música, se ha demostrado que tienen una considerable capacidad de atraer al público promocionando la industria musical y a los artistas. Algunos se han convertido en citas anuales de gran concentración de público que generan una gran atención de los medios de comunicación, convirtiéndose en signos de identidad dentro de la industria musical.

Dentro de la categoría de los grandes festivales de música, la Sociedad General de Autores (SGAE)<sup>5</sup>, considera tres tipos de eventos:

- 1) Macro festivales
- 2) Festivales de asistencia masiva
- 3) Festivales de larga duración

### **Macro festivales:**

Los criterios que debe cumplir un evento de tipo musical para ser considerado un macro festival son los siguientes:

- La duración varía entre dos o tres días, salvo en alguna excepción
- Programación continuada, sucediéndose en uno o varios escenarios.
- La celebración se produce en un recinto acotado, accediendo con entrada o abono.
- Posibilita zona de acampada.
- En la gran mayoría de las veces este tipo de eventos estará especializado en un género musical o temática común, atrayendo a públicos especiales y operando como elemento de identidad.
- Por lo general serán una organización estable que lleva años organizando el evento, capaces de llevar a cabo la organización de un evento de tales características.

Como ejemplos de este tipo de eventos en España proponen el Festival Internacional de Benicasim, Azkena Rock Festival, Mediatic Festival o Viñarock entre otros.

---

<sup>5</sup> SGAE (2006) Macro-Festivales y Grandes Festivales. Disponible en. <http://www.anuariosgae.com/anuario2006/anuariopdfs/03%20POPULAR/03%20CapPOPU02.pdf>



### **Festivales de asistencia masiva:**

- No disponen de zona de acampada ni de una infraestructura adecuada que permita la permanencia continuada del público en el recinto.
- Su duración varía entre uno y tres días, salvo excepciones.
- En un principio ofrecían diversidad de géneros musicales en sus programaciones, pero en la actualidad suelen obedecer a una temática común.
- Se pone a disposición del público varios formatos de entrada, pudiendo escoger entre abonos que permitirán la entrada a la totalidad del festival o entradas diarias, para una sola jornada.

Entre ellos en España encontramos dentro de esta categoría Primavera Sound, Sonar, Monegros Desert Festival, Womadrid, Derrame Rock, etc...

### **Festivales de larga duración:**

- Su eje principal son las actuaciones musicales, pero contienen actividades paralelas vinculadas a la temática del festival, como conferencias, talleres o mercadillos.
- Los conciertos están distribuidos en varios días, pudiendo abarcar hasta un mes de duración.
- Generalmente adoptan un tema como eje central según el cual se estructuran todas las actuaciones y actividades
- Las entradas pueden ser compradas individualmente por concierto o abonos.

En España encontramos dos festivales de larga duración, el Pirineos Sur, en el Valle de Tena y la Mar de Músicas en Cartagena.

## **2.5 CONTEXTO SOCIOLÓGICO**

### **2.5.1 Introducción:**

“Con el fin de hacer sociología de verdad, tenemos que empezar por admitir nuestra ignorancia: no sabemos prácticamente nada de los hechos sociales, y el obstáculo principal al que nos enfrentamos para saber algo de ellos es precisamente la pretensión que tenemos de que sabemos mucho de los mismos, incluso antes de empezar a estudiarlos”. (Estradé i Salto, 2003:139).

La sociología, según el tenor literal de la misma palabra, es la ciencia de los hechos sociales, pudiendo interpretarse estos hechos sociales de manera diversa. Podemos traducir lo social por convivencia y poner a ésta en relación con lo humano. De esta manera podemos decir que la sociología es la ciencia de la convivencia humana.

En un evento como es un festival musical se produce una convivencia por unos días, tanto de las personas que acuden a dicho festival, como de éstas con la población de la zona. De esta manera, se hace relevante aportar un análisis sociológico de este tipo de eventos.

El análisis sociológico del turismo, los viajes o asistencia a cualquier tipo de evento es un hecho bastante reciente. Se puede decir que el turismo no ha sido analizado como turismo social hasta la aparición del turismo de masas, cuando la clase trabajadora empezó a tener vacaciones pagadas. Los primeros trabajos científicos específicos sobre sociología turística datan de 1935. Robert Glucksmann, (1935) define el turismo, no como una corriente de personas, expedición o viaje, sino como un fenómeno social ligado a las relaciones interpersonales, transpersonales y a la comunicación humana. Según Glucksmann “quien interpreta el turismo como un problema de transporte, lo confunde con el tráfico de turistas. El turismo comienza allí donde el tráfico termina, en el puerto del turismo, en el lugar de hospedaje”, (citado en Montaner, 1996a:69). En este caso en un festival de música.

A la definición de Gluckmann podemos añadir la definición hecha por los investigadores Kurt Krapf y Walter Hunziker, (1942) “turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos sociales producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de

domicilio por motivos no laborales, sino culturales, recreativos, de descanso, de esparcimiento y de placer, y en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa”. (Citado en Montaner, 1996b:20)



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

## **2.5.2 Concepto de ocio: antecedentes históricos:**

“La contemplación es amada por sí misma, porque de ella ningún otro provecho procede fuera del mismo contemplar, pero en los negocios parece que algo más o menos alcanzamos fuera de la misma obra. También parece que la felicidad consiste en el reposo, porque si tratamos negocios es por después descansar, y si hacemos guerra es por después vivir en paz”. (Aristóteles, *Ética a Nicomaco*, X, Capítulo VII De la felicidad contemplativa: 304).

Los orígenes del ocio se remontan hasta la prehistoria, Argyle (1996) nos habla del ocio en la edad de piedra, donde las comunidades nómadas de cazadores y recolectores ya disponían de tiempo libre que usaban para la vida social en comunidad, la celebración de actos religiosos y actividades como la música o la pintura.

### **Skholé griego**

En Grecia encontramos el vocablo *skholé*, cuyo significado etimológico es cesar, estar desocupado y poder gozar así de tiempo libre para uno mismo. La disposición de tiempo libre era posible gracias a la estratificación social y la esclavitud.

La concepción de ocio no estaba ligada a la idea de no hacer nada, sino que formaba parte de una esencial de la vida, entendiendo el ocio como una actividad, cuya finalidad es la propia actividad en sí misma.

"Se ha afirmado reiteradamente que la civilización occidental es hija del ocio. La razón es que no es fácilmente entendible el nacimiento y apogeo de la filosofía y de las ciencias, en la civilización grecorromana, sin la existencia de un numeroso grupo de ciudadanos, denominados libres, que se vieron excluidos de los trabajos embrutecedores y pudieron dedicarse a la teoría y la contemplación." (Segura y Cuenca, 2007; Citado en El ocio en la Grecia clásica, 2007).

Tomás Mazón explica en su libro *Sociología del Turismo* (2001), el concepto de *Scholé* griega, aludiendo a que solo los hombres que eran libres podían disponer de ese tiempo de ocio, que constituían el fin que se buscaba de una vida digna y elevada, viéndose las actividades remuneradas como algo degradante. Mazón indica que “en estas coordenadas de pensamiento el trabajo y el ocio se excluían el uno al otro, formaban parte de dos

órdenes distintos de entender la vida que no guardaban relación alguna entre sí” (Mazón, 2001:55)

De esta forma la sociedad de la antigua Grecia y el ocio del que disponían y podían disfrutar, se hacía posible gracias a la existencia de la esclavitud, obligando a gran parte de la población a trabajar para que otra parte pudiera dedicarse a la contemplación. Como cita Mazón “esta práctica de la vida ociosa griega fue posible gracias a una distribución social muy elitista y por la existencia de la esclavitud. La civilización griega concebía el ocio como una actividad exclusiva de aquellos que pertenecían a una determinada casta (...). Con esta forma de entender la vida, los griegos podían permitirse afirmar que <sólo el hombre que posee el ocio es libre>” (Mazón, 2001:56)

Según Jiménez (1986:24), para los griegos, el ocio o *scholé*, consistía en la contemplación teórica de la vida y la especulación filosófica.

### **Otium romano**

“Séneca y Cicerón fueron quienes más elaboraron el concepto de *otium* entre los romanos. Séneca intentó trasladar a Roma el ideal griego del ocio, pero no logró superar la aceptación que ya tenía la idea de Cicerón (106-43 AC) de alternar el *otium* con el *nec-otium*, principio que dejaba de lado la presencia del ocio para relegarlo a una alternativa de la ocupación, un tiempo disponible para la recreación que era utilizado de acuerdo con las posibilidades económicas, capacidades y aspiraciones de cada ciudadano” (Khatchikian, 2000:35)

El ocio, u *otium* romano, es entendido como un tiempo libre de trabajo, de descanso y recreo. Según Tomás Mazón (2001), es en Roma donde se instala el ocio de masas. Se establecen comedias, circos, combates de gladiadores, espectáculos con animales y diferentes actividades lúdicas dirigidas al entretenimiento de la masa. "La ociosidad no consiste en no hacer nada, sino en hacer muchas de la cosas que no resultan aceptadas en los formularios dogmáticos de la clase dominante" (Stevenson, 1989:23)

Mazón alude también a un elevado grado de sofisticación en cuanto al tratamiento del ocio y los periodos vacaciones en Roma, ya que con una masificada capital, los habitantes con más recursos que vivían en ella escapaban en sus periodos vacacionales a segundas

residencias situadas en los alrededores de Roma, en lujosas zonas residenciales, empezando a producirse un fenómeno ahora conocido como turismo residencial. También en Roma se puede observar la realización de viajes culturales, considerándose una parte fundamental en la educación para los hijos de las familias adineradas.

### **Ocio en la actualidad**

"El tiempo libre es esencial para la civilización, y, en épocas pasadas, sólo el trabajo de los más hacia posible el tiempo libre de los menos. Y con la técnica moderna sería posible distribuir el ocio sin menoscabo para la civilización... En un mundo sensato, todos los implicados en la fabricación de alfileres pasarían a trabajar cuatro horas en lugar de ocho, y todo lo demás continuaría como antes. Pero en el mundo real esto se juzgaría desmoralizador. Los hombres aún trabajan ocho horas; hay demasiados alfileres; algunos patronos quiebran y, la mitad de los hombres anteriormente empleados son despedidos. Al final hay tanto tiempo libre como en el otro plan, pero la mitad de los hombres están absolutamente ociosos, mientras la otra mitad sigue trabajando demasiado. De este modo queda asegurado que el inevitable tiempo libre produzca miseria por todas partes, en lugar de ser una fuente de felicidad universal. ¿Puede imaginarse algo más insensato?" (Russell, 1935: 14-15)

Para Dumazedier (1968), el ocio se compone de las operaciones a las que el individuo puede dedicarse voluntariamente, ya sea el descanso o la diversión, una vez liberado de sus obligaciones. Lanfant señala ocho propuestas para lo que él denomina la actual "teoría del ocio"(Lafant, 1972; citado en Hernández y Morales, 2008):

- El tiempo libre se da separado del resto del tiempo, especialmente del tiempo del trabajo.
- El tiempo libre es aprehendido como una totalidad abstracta.
- El tiempo libre aumenta al incrementarse la productividad.
- El tiempo libre evoluciona con autonomía del sistema social.
- Las actividades propias del tiempo libre son actividades libres.
- El individuo se determina libremente, en función de sus necesidades personales.

- Las actividades y los valores del tiempo libre están ligados entre sí por las elecciones individuales, las cuales se ordenan libremente.
- El ocio es un sistema permutable de valores y elecciones.



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

### **2.5.3 Fenómeno sociológico de masas**

El surgimiento del turismo como un fenómeno social de masas entre las décadas de los cincuenta y los sesenta del siglo XX, confiere importancia al estudio de esta disciplina dentro de la investigación en las ciencias sociales.

El psicólogo estadounidense Abraham Maslow, propone en su obra; *A theory of human motivation* (1943), una jerarquía de necesidades humanas. Maslow establece los siguientes postulados para su teoría:

1. El individuo tiene numerosas necesidades de importancia diferente que pueden ser jerarquizadas.
2. El individuo busca satisfacer primero las necesidades que le parecen más importantes.
3. Una necesidad deja de existir (temporalmente) al ser satisfecha y el individuo busca satisfacer otra.

Maslow representó las necesidades humanas en una pirámide, estableciendo cinco niveles. En la base se sitúan las necesidades básicas para el ser humano, tales como (respirar, alimentación, descanso o sexo). En el segundo nivel se encuentran las necesidades de seguridad (empleo, familia, salud, propiedad privada). Cubiertas las necesidades que establecen los dos primeros niveles, el ser humano buscará satisfacer las necesidades sociales del tercer nivel, la necesidad de autoestima y reconocimiento del cuarto nivel y por último las necesidades de autorrealización del quinto.

Con el nacimiento de las vacaciones remuneradas y el incremento de la economía de las sociedades occidentales, teniendo cubiertas las necesidades más básicas, comienza a cobrar importancia la ocupación del tiempo libre, la búsqueda personal y las actividades de ocio.

Es a finales de la década de los cincuenta cuando empieza a desarrollarse un modelo de turismo cuyos protagonistas son las clases populares, se incrementa en número de turistas y la principal atracción buscada por los mismos es el sol y la playa.



“El ocio no es sólo un componente de la calidad de vida, sino la esencia de ella. El ocio no es un estado neutral de la mente, es un estado positivo, muy deseable y un importante valor. El ocio, en mi opinión, es la línea guía necesaria para cualquier decisión relacionada con la calidad de vida”. (Neulinger, 1981:66)

La vida psíquica de un grupo, en tanto que la de un individuo condiciona la vida, puede ser considerada como vida psíquica común, por una parte muchos individuos sienten, experimentan, imaginan y piensan de un modo homogéneo y además piensan, sienten, experimentan e imaginan, en relación de reciprocidad, estando referidos unos a otros. Surge un sentimiento global que nos hace formar parte de algo. La vida social debe derivarse de un querer común, de una afirmación positiva y recíproca de la existencia de todos. Basándonos en los conceptos de la sociología pura mediante un querer común, se darán determinadas entidades de conciencia de las personas que forman parte de ese querer común, las cuales serán establecidas para las personas que quieran unirse a ese querer común.

La ciencia basada en el estudio de la sociología del turismo ha ido evolucionando a la vez que el propio turismo. Su estudio ha pasado por varias etapas, especialmente después de la segunda guerra mundial a partir de la cual se empieza a apreciar lo que terminaría denominándose como el “boom turístico”, su estudio se amplió y se hizo multidisciplinar.

Los comienzos del estudio de la sociología del turismo como disciplina, se basan en los ámbitos socioculturales y de la economía, con el propósito de proporcionar un marco científico para la planificación del desarrollo social y económico de los países a nivel europeo e internacional. Méndez, refiriéndose a los estudios basados en turismo alude a que: “Todos ellos se han centrado en el crecimiento del turismo como un fenómeno económico y cultural y por su profundo impacto tanto en los países desarrollados como en vías de desarrollo” (Méndez, 2003:44).

Según Pedreño, (1996), el turismo es un factor de desarrollo económico y social, siendo en algunos países el único elemento que posibilita salida del subdesarrollo. En la década de los sesenta, aparece la idea de un crecimiento ilimitado del turismo, convirtiéndose en un elemento clave de desarrollo económico.

La Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) mantuvo la idea de que “en el turismo se hallaba un potencial de crecimiento ilimitado, llevando en aquel momento al Banco Mundial y a Naciones Unidas a promoverlo en los países en vías de desarrollo y a proclamarlo en 1967 como Año Internacional del Turismo por parte de Naciones Unidas”. (Crick, 1985; citado en García Ernest, 2006)

“El turismo, para la población residente, implica una adaptación que no siempre va asociada al desarrollo y al crecimiento, provocando inestabilidad y dependencia”. (Nieto, J. A., 1975, 14: 10).

Según Greenwood, el turismo de masas, se limita a "empaquetar las realidades culturales de un pueblo, para ponerlas en venta junto con el resto de sus recursos (...) la pérdida de significación mediante la mercantilización de la cultura es un problema cuando menos tan grave como la desigual distribución de la riqueza que resulta del desarrollo turístico" (D. J. Greenwood 1992: 271).

Fueron muchos los países en vías de desarrollo que apostaron por potenciar el turismo, sin la planificación previa que analizara su viabilidad. Jurdao (1992), estudió las primeras etapas del turismo de masas, situando los “mitos del turismo” en cuatro vertientes: como generador de empleo y riqueza; como vía de comunicación cultural; como vía positiva para la conservación; y como generador de cambio. El autor determinó que estos mitos falsifican la realidad, y es en la década de los setenta, cuando la sociología se interna en el estudio de las consecuencias del turismo.

Young (1973), proponía la existencia de un nivel de saturación para el turismo, en el cual empezaría a considerarse como poco deseable. Doxey (1975), tomando esta idea, propone un índice de irritación, medida en grados de las interrelaciones sociales entre turistas y la población residente. El modelo Doxey, propone fases secuenciadas en estados de ánimo de los residentes y su actitud frente a los turistas:

- Fase inicial: Euforia; los turistas y los inversores son bienvenidos por la población residente.
- Fase dos: Apatía; contactos formales y relaciones comerciales, basadas en el marketing y la comunicación.

- Fase tres: Molestia; fase de saturación, recelo frente a los turistas.
- Fase cuatro: Antagonismo; deterioro de los destinos.
- Fase cinco: Aceptación; el lugar ha cambiado de manera permanente y es aceptado por los residentes.

Tomás Mazón (2001: 98-104) destaca de entre los motivos que originaron el turismo de masas:

- El nuevo orden internacional y la paz después de la guerra.
- El incremento del nivel de vida en los países de Europa occidental y la prosperidad económica.
- Cansancio de la vida en la ciudad.
- La revolución de las comunicaciones.
- Aparición de los tour operadores y el desarrollo de las agencias de viajes.
- Aparición de la filosofía del consumismo.
- Incremento de la oferta de alojamiento turístico.
- Las inversiones públicas en infraestructuras.
- Menor inclinación por el ahorro.
- Simplificación de los trámites aduaneros.
- La emancipación de la mujer.
- Tendencias hacia actitudes y modas.
- Anticipación de la jubilación y rejuvenecimiento de los más mayores.

### **2.5.4 Antecedentes en Sociología del Turismo**

Los inicios de esta disciplina se encuentran en el continente europeo, debido al fenómeno de turismo masivo que experimentó el continente. Los primeros artículos y estudios que se puedan considerar un acercamiento a esta disciplina aparecen en Alemania, de la mano de los autores como Von Wiese (1930), que efectuó análisis sobre los viajeros extranjeros. A partir de aquí comienzan a salir los primeros libros sobre el turismo y su estudio, como: *The tourist movement*, de F. W. Ogilvie (1933), primer libro que trataría el turismo desde una perspectiva sociológica. En él se trata la investigación científica sobre el turismo social, y más tarde; *The tourist industry: a nacional and internacional survey*, de A. J. Noval (1936).

Es después de la Segunda Guerra Mundial, cuando empiezan a aparecer los primeros estudios sobre el tema. El primer estudio específicamente sociológico que trataría sobre el tema, es realizado por H.J. Knebel (1960), en Alemania. A este se le sumarán autores estadounidenses como Mitford (1959), Núñez (1963), Froster (1964) y Boorstin (1964). A partir de este momento surgen sistemáticamente estudios que tratan sobre el tema, considerando el turismo internacional como un fenómeno en expansión, tratando de medir sus efectos e impactos.

MacCannell (1973) llega a equiparar el turismo con la función religiosa, en el sentido de que ambos cuentan con sus propios rituales y lugares de culto. Establecería así un paralelismo en lo que más tarde numerosos autores coincidirían, entre las peregrinaciones y el turismo. En la década de los setenta, se comienza el estudio del turismo como una especialidad sociológica. Cohen (1972), sugirió una clasificación de los turistas basada en una combinación de grados en sus experiencias. Mathieson y Wall, (1986:19), desarrollaron una clasificación de las experiencias turísticas y los efectos de las mismas sobre los destinos.

Tras la Segunda Guerra Mundial empieza a cobrar importancia el estudio de los impactos que pueden tener lugar al establecer contacto social dos grupos culturales diferentes.

"El contacto intergrupar conducirá a un cambio en las actitudes mutuas y las relaciones de los miembros que interactúan. Subyacente a esta creencia es la suposición de que el

contacto entre individuos de diferentes grupos crea una oportunidad para el conocimiento mutuo, aumenta la comprensión y la aceptación entre los miembros del grupo que interactúa, y consecuentemente reduce el prejuicio intergrupalo, conflictos, tensión..." (Milman, Reichel y Pizam, 1990:45)

MacCannell (1976), estudia los distintos tipos de turistas en la sociedad y las razones por las cuales un turista elige determinado tipo de turismo. Cohen (1979), distingue entre dos tipos de turista; el tipo "hedonístico", que viaja en busca de placer, diversión y romper con la rutina del día a día realizando actividades de recreo, y el tipo "peregrinación", propio de turistas que buscan en su viaje experiencias y respuestas a sus inquietudes existenciales.

Hasta más o menos la década de los ochenta, los estudios sociales sobre turismo estuvieron principalmente orientados hacia cuatro líneas de investigación:

- El estudio de los turistas
- Las relaciones entre turistas y residentes.
- La estructura y funcionamiento del sistema turístico
- Por último, los impactos económicos y socioculturales del turismo en las sociedades receptoras (Cohen 1984).

Partiendo desde los supuestos de la modernización y la diferenciación social de las sociedades occidentales, se produce un incremento en la diversidad turística, tanto en los productos turísticos, como en los turistas, surgiendo así nuevas formas de turismo (Nash, 1994:219).

Mazón (2001:20), apunta; "fue en la Declaración de Manila de 1980, de la Organización Mundial del Turismo, cuando se dijo que era oportuno y necesario analizar el hecho turístico en función fundamental de la envergadura adquirida tras la concesión a los trabajadores del derecho de vacaciones pagadas. Aún más, por tratarse de una de las actividades humanas que viene registrando el más rápido desarrollo, por encima de las transacciones petrolíferas o del sector automovilístico (Huéscar, 1996)".

Douglas G. Pearce, (1994), realiza una revisión de las diferentes clasificaciones hechas de turismo hasta la fecha. Pearce identificó las variables consideradas como más relevantes para el diseño de tipologías del turismo. El autor distingue entre:

- Instalaciones: calidades, servicios y precios.
- Localización.
- Promotores y propietarios.
- Proceso de desarrollo: requisitos, tiempo, planificación, proceso y forma.
- Mercado y promoción: origen y otras características relevantes de los turistas, promoción y viaje organizado.
- Impactos.

De Kadt (1991) estableció tres escenarios de interacción turista-residente:

- Escenarios en los que los turistas adquieren bienes o servicios ofrecidos por los residentes.
- Aquellos en los que ambas partes coinciden, playas, bares, etc.
- Escenarios en los que turistas y residentes entran en contacto con objeto de intercambiar ideas.

En palabras de Jafar Jafari el turismo es: "el estudio del hombre lejos de su hábitat usual, de la industria que responde a sus necesidades habituales, y del impacto que tanto él como la industria tienen sobre el ambiente físico, económico y sociocultural de los residentes". (Jafari, 1977:6). Aportando una visión desde una perspectiva sociológica, Amat y Ramón (2004), definen la Sociología del Turismo como una disciplina científica que tiene por objeto el estudio del comportamiento humano, en relación con su conducta durante su tiempo libre, orientada a satisfacer las necesidades relacionadas con viajes y actividades turísticas.

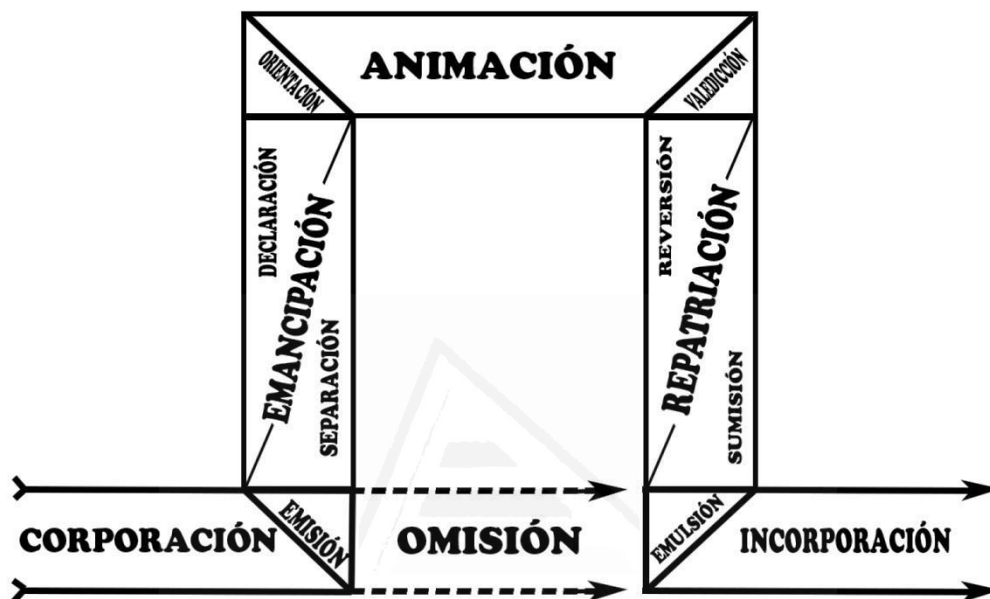
Méndez de la Muela, advierte que: "no existe una teoría central del turismo que sirva de marco común para estudiar todos los problemas concretos de la actividad. El turismo hay que entenderlo como una teoría de sistemas que se alimenta de las diferentes disciplinas de las ciencias sociales". (Pulido Fernández, 2006:109)

Méndez (2003), establece las siguientes etapas para la Sociología del Turismo:

- Desde el “Grand Tour” hasta el turismo de masas: etapa que comprende los viajes de la aristocracia desde el siglo XVII, la burguesía industrial del siglo XIX, hasta llegar al turismo de masas de la clase media en el siglo XX.
- Décadas de los sesenta y setenta: las tendencias de la Sociología del Turismo: aparecen las primeras aportaciones sociológicas y definiciones de Turismo.
- Décadas de los setenta y ochenta: análisis del comportamiento del turista, diferentes roles de los turistas, estudio de los eventos, áreas temáticas, etc.
- Década de los noventa: transformación de la sociedad industrial: estudio de las nuevas tendencias y características de turismo, propensión hacia el consumo individualizado.
- En la actualidad: estudio de la dimensión del viaje, sociología del ocio y la migración.

“Lo extraordinario del turismo es su capacidad para hacer que la gente revierta a su vida ordinaria con renovada energía”, (Aramberri, 2010:211). Jafar Jafari propone un modelo que sirva para entender la totalidad del proceso turístico:

**Figura 2:** Modelo trampolín de Jafar Jafari



Elaboración propia a partir del modelo de Jafar Jafari, (1987).

En él se advierten una serie de fases por las que pasa el turista:

- **Corporación:** Jafari establece una comparación entre las sociedades tradicionales y traslada esta dicotomía a las sociedades contemporáneas. El autor interpreta el tiempo profano de las sociedades tradicionales, como el tiempo de trabajo de las sociedades contemporáneas en nuestras sociedades es el tiempo del trabajo. A esto lo denomina “tiempo de la corporación”, durante el cual se van generando las motivaciones que llevan al turista a viajar.
- **Emancipación:** fase que Jafari divide en dos subfases; separación y declaración. En la separación, el turista atraviesa umbrales espaciales que van marcando una



trayectoria hacia un destino. Según el autor, el turismo es un estado mental, en el cual el turista según va cruzando estos umbrales experimenta un proceso de autoconciencia, atravesando a su vez umbrales en su mente. Con el viaje, el turista abandona su lugar de origen, dejando atrás su conciencia cotidiana.

- Animación: cuando el turista llega a su destino, concluye la etapa de emancipación, apareciendo un estado de animación en el cual aparecen dos elementos cruciales; la libertad y el juego. Ésta comienza con un periodo de orientación, donde el turista se ubica en su nueva situación. La etapa de animación se entiende como tiempo de turismo durante el cual se permiten una serie de libertades que no se dan durante el tiempo de corporación, adquiriendo según Jafari una especie de nueva identidad. Esta etapa concluye con el momento despedida o valedición, donde el turista es consciente de que se va y se prepara para su regreso.
- Repatriación: paralela a la etapa de emancipación, en sentido invertido. En esta etapa, el turista se prepara para el regreso a su vida cotidiana.
- Incorporación: la etapa comienza con una fase denominada de emulsión, en la que el turista revierte a la corporación, asumiendo la realidad y por último la reincorporación.
- Omisión: Jafari señala que durante el tiempo de animación, la corporación sigue evolucionando sin el turista, denominando a esta fase como omisión, la cual según el autor influirá de manera notable a la etapa de incorporación.

Dean MacCannell, formula estudios sobre la motivación turística, como factor determinante de la demanda turística. MacCannell analiza el turismo en la modernidad desde varios puntos de vista. Julio Aramberri, (2010) en su obra: *Turismo de masas y modernidad*. Un enfoque sociológico, analiza la obra de MacCannell, centrada en el concepto de autenticidad, en la cual se critica el proceso de modernización de la actividad turística, aludiendo a que la sociedad moderna, mercantiliza las actividades turísticas, pervirtiendo la experiencia turística. En el caso de Turner, “la modernidad y el turismo

abren ventanas a la libertad individual”, (Aramberri, 2010:181). Turner entiende el turismo como una liberación de la vida cotidiana, basada en el trabajo.

Según Amberri, Eric Cohen realiza una mirada de la actividad turística desde el mismo enfoque “weberiano”, condenando el turismo de masas y dando valor a lo auténtico frente a lo creado.

Sánchez de Puerta, llevó a un plano práctico los conceptos de la obra de Weber, en la cual se habla del “idealtypus”, instrumento metodológico destinado a explicar los hechos sociales. Según Weber, un tipo ideal se obtendría: ”mediante el realce unilateral de uno o de varios puntos de vista y la reunión de una multitud de fenómenos singulares, difusos y discretos, que se presentan en mayor o menor medida en unas partes que en otras o que aparecen de manera esporádica, fenómenos que encajan en aquellos puntos de vista, escogidos unilateralmente, en un cuadro conceptual en sí unitario. Este en su pureza conceptual, es inhallable empíricamente en la realidad: es una utopía que plantea a la labor historiográfica la tarea de comprobar en qué medida la realidad se acerca o se aleja de ese cuadro ideal...” (Weber, 1982: 79-80, citado en Sánchez Puerta, 2006:15)

Cohen (1972: 167-168) diferencia entre el "turismo no institucionalizado" y el "institucionalizado":

- En el "turismo no institucionalizado", incluye el turismo de mochila y el de exploración, en el que el turista programa su propio viaje e interactúa con la población residente, sin ir en busca de lugares masificados.
- El “turismo institucionalizado” incluiría el turismo de masa, bien, contratando viaje y estancia o paquete organizado, incluyendo actividades a realizar en destino.

Cohen (1984: 374-376) reúne una serie de aproximaciones conceptuales de la práctica turística. En la Tabla 3 se muestran una serie de estas aproximaciones conceptuales.

**Tabla 3:** Aproximaciones conceptuales de la práctica turística:

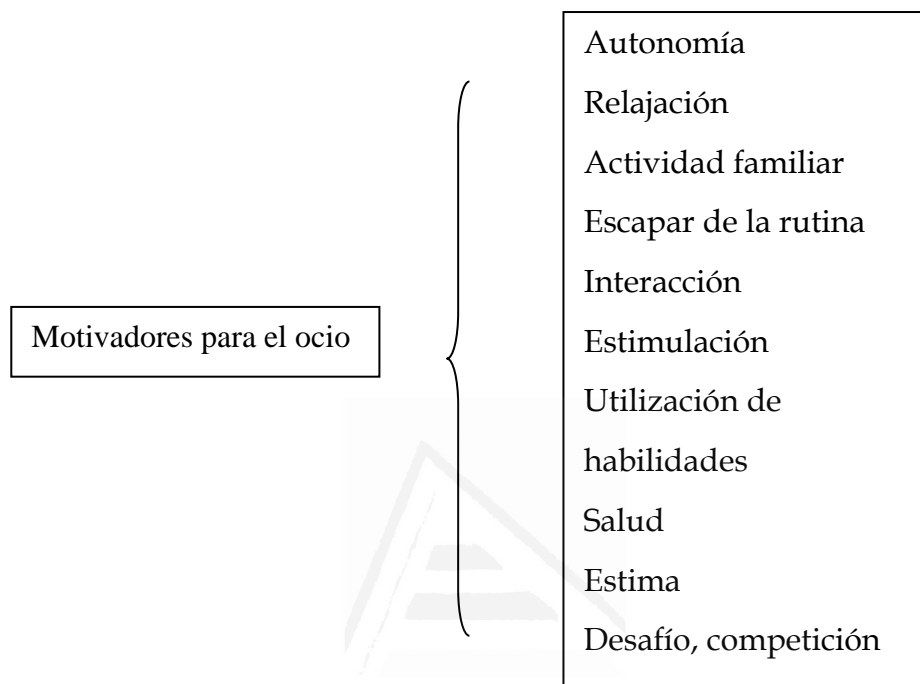
Hospitalidad comercializada	(Cohen 1972: 545-546), modo de ofrecer servicios pagados.
Agente democratizador	(Turner y Ash 1976), posible para todos y en consecuencia transformador de la dinámica social.
Moderna actividad de ocio	(Dumazedier 1967: 123-138), útil para el descanso, la diversión y el desarrollo de la persona.
Moderna variedad de peregrinaje tradicional	(MacCannell (1976: 589) y Graburn (1977), revelador y transformador para las personas.
Expresión cultural	(De Kadt 1979: 12), impulsora de valores que se globalizan.
Proceso acultural	(Núñez 1963: 347-378), inductor de cambios en la cultura local o anfitriona.
Tipo de relaciones étnicas	(Pi-Sunyer 1977), nueva forma de encuentro e interacción entre pueblos y personas culturalmente distintas.
Forma de colonialismo	(Nash 1977), creador de dependencias entre áreas geográficas y sectores sociales.

Elaboración propia a partir de Santana (1997: 49-50).

J. A. Nieto (1975, 14: 4-5), resalta a autores como Enzensberger (1962), Boorstin (1962), Morin (1973) y Burgelin (1967) que, de desde un punto de vista ideológico niegan las repercusiones positivas que el viaje pueda ejercer sobre los turistas. Sin embargo, observan efectos negativos, como el poco interés mostrado por los turistas en las actividades programadas, la cosificación de las experiencias, desvinculación con el lugar y escasa interrelación, no llegando a contactar realmente con el lugar visitado.

San Martín García J.E., (1997:51). Recoge determinados autores (Crandall, 1980; Kabanoff, 1982) que plantearon los motivadores para el ocio que se muestran en la Figura 3:

**Figura 3:** Motivadores del ocio



Elaboración propia a partir de San Martín, (1997:51)

La actividad turística, puede dividirse de manera más selectiva, como apunta la noción de “flujo”, basada en el ocio (Csikszentmihalyi, 1975). Csikszentmihalyi, elaboró un estudio, tomando a personas propensas a la realización de determinadas actividades, como jugadores de ajedrez o alpinistas y en el caso del estudio que estamos realizando, podríamos incluir, asistentes a festivales. En estas personas, encontró:

- Obtenían una experiencia subjetiva contentiva de un alto grado de satisfacción.
- Se sentían intensamente absortos.
- Una pérdida de la autoconciencia.
- Un tipo de experiencia cumbre.

Csikszentmihalyi, argumenta que la realización de ciertas prácticas de ocio, se pueden generar momentos de pérdida de la autoconciencia.



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

## **2.6 SOCIOLOGÍA DE LA MÚSICA**

### **2.6.1. Introducción**

“La música que atesoramos, que nos habita y secuestra, provoca un ahondamiento, una receptividad hacia emociones que de otro modo nos serían desconocidas. Los intentos de desarrollar una psicología, una neurología y una fisiología de la influencia de la música sobre el cuerpo y la mente se remontan a Pitágoras y la magia terapéutica, pasando por Schopenhauer y Nietzsche, hasta llegar a Sloterdijk, quien plantea como basamento de este interrogar, como pregunta estrictamente filosófica, exploratoria de la experiencia musical: ¿dónde estamos, cuando escuchamos música? A la que podríamos añadir ¿a dónde nos dirigimos cuando escuchamos música? O, mejor aún, ¿hacia dónde somos conducidos?”(Vásquez 2006:2)

La sociología de la música es la rama de la sociología dedicada al estudio de las relaciones entre la música y la sociedad. Analiza la influencia de la música, entendida en su forma más amplia, en la sociedad.

Kurt Blaukopf, considera que “la sociología de la música intenta comprender la producción y reproducción de la música en relación con el proceso del desarrollo histórico de la sociedad humana.” (Blaukopf, 1988:5). Según Walter Serauky “la sociología de la música (...) debe intentar que un estilo musical pueda comprenderse a partir de la estructura social y cultural de una época y definir sus presupuestos sociales y su significación social” (Serauky, 1934:232).

La música siempre ha acompañado al ser humano desde los rituales en la antigüedad hasta nuestros días y constituye sin lugar a dudas un hecho social. En palabras de Hormigos: “presenta mil engranajes de carácter social, se inserta profundamente en la colectividad humana, (...) desde el análisis sociológico podemos afirmar que la experiencia musical genera campos de actividad cultural, desempeñando un papel activo y social. Todas las funciones de la música son determinadas por la sociedad, por tanto, podemos decir que únicamente conoceremos la música y los movimientos sociales que hay en torno a ella, si conocemos el trasfondo cultural en el que se crea”. (Hormigos 2012:76).

Las primeras reflexiones acerca de las relaciones existentes entre la música y la sociedad, empiezan a aparecer a mediados del siglo XIX, aunque aún no son consideradas como sociología de la música. Las primeras apreciaciones aparecen de la mano de autores como Kiesewetter (1834) con el título: *Historia de la actual música europeo-occidental: Descripción de su origen, su nacimiento y su desarrollo paso a paso*, marcando el comienzo de la musicología en Alemania, en la que todavía no se hablaba de la música como ciencia sino de la historia de la misma. Schmitt, (2007:3)

Simmel realizaría un estudio desde el punto de vista social en su obra *Estudios psicológicos y etnológicos sobre música* (1882), donde nos habla de la necesidad de entender porque los individuos utilizan la música y en que contextos y situaciones. Alude a la importancia de la música como práctica social y de la importancia que tiene la relación de la sociedad con la música, ya que es ahí donde la música coge toda su fuerza. (Hormigos 2012:77). Herbert Spencer, en *El origen y la función de la música* (1857), propone un vínculo entre la expresión musical y el progreso de humanidad civilizada.

El estudio formal data de principios del siglo XX, con estudiosos de la sociología como Theodor Adorno, Alfred Schütz y Max Weber, ligando la sociología de la música con las disciplinas de musicología y la etnomusicología.

Entre las décadas de los años 30 y 40, Theodor Adorno dedicó varios estudios a la música como mercancía de consumo, especialmente a la música clásica y el jazz. Adorno escribe en su obra *La sociología de la música*: “Cuanto más ciertas son las observaciones sociológicas sobre la música, tanto más lejanas y ajenas son a ésta. Pero cuanto más profundamente se hundan en los nexos específicamente musicales, tanto más amenazan con convertirse en pobres y abstractas desde el punto de vista sociológico” (Adorno, citado en Serravezza, 1988:67-68)

En su “Teoría estética”, Adorno relata: ninguna obra es comprensible como procedente puramente de su interior. Todas ellas son tanto una construcción en sí plenamente formada, con una lógica propia y unas consecuencias propias, como momentos del nexo entre espíritu y sociedad (...) Si bien el modelo de la comprensión estética es la expresión que aparece en la obra; si bien la comprensión se pone en peligro en cuanto la conciencia se desvía de aquella zona; por otra parte, no obstante, debe mantenerse en movimiento pese a la resistencia a que se ve expuesta tal movilidad del pensamiento. A quien está

solamente dentro, el arte no le abre los ojos; quien está solamente fuera, distorsiona las obras de arte con su falta de afinidad”. (Adorno, citado en Serravezza, 1988:69-70).

La sociología de la música estuvo presente también en las obras de Weber. El sociólogo en su obra *Los fundamentos racionales y sociológicos de la música* (1921), propone un entendimiento de la música a partir de factores externos y factores derivados de la lógica social que racionalizan los procesos de producción musical. (Hormigos 2012:78-79). Es sobradamente conocida la contribución de Max Weber en los campos de Las Clases sociales, El Poder, La Religión o El Estado. En general, el campo de la Sociología de la Música ha sido la rama investigada por el autor, menos estudiada por los sociólogos. El trabajo de Max Weber fue una de las primeras aportaciones al campo de la sociología de la música, contribuyendo a los futuros estudios de esta disciplina que establece las relaciones entre la música y la sociología. En sus estudios, Max Weber, analiza la evolución histórica del sistema tonal estableciendo una relación entre la sociedad y la música. Weber estudia los fundamentos racionales y sociológicos de la música, analizando los aspectos técnicos de la misma, los materiales sonoros y la diversificación teórica de diversas culturas europeas.

Alphons Silbermann, realizó un estudio sentando las bases de algunos supuestos epistemológicos sobre el campo disciplinar de la sociología de la música, partiendo de la base de que la disciplina se compone de comprenderla como un fenómeno que proviene de la interacción de individuos en grupos para satisfacer sus necesidades; Las conexiones entre la organización socio-musical y las modificaciones socio-culturales; El análisis estructural de grupos socio-musicales bajo el aspecto de la interdependencia funcional de sus miembros; Una tipología de grupos basada en funciones; El planeamiento práctico de transformaciones fundamentales con respecto a la música, su vida y sus esferas de acción, Silbermann (1963:92).

Silbermann considera, que la música puede ser “aprehendida solo en el momento de contacto entre el artista y el oyente, en el momento en que, por así decirlo, la obra musical se exterioriza, contribuye no solo a la evolución de la vida o a crear nuevos valores, sino que produce un momento sensible: un momento que constituye una experiencia para la sociedad”. (Silbermann, 1963:74).



El musicólogo alemán Tibor Kneif (1971), sostiene que relaciones entre la música y la sociedad pueden interpretarse de tres maneras: (citado en Ivo, S. 1988:82). Que la música está simplemente condicionada por la sociedad; que la música es la expresión de la sociedad, que la música refleja las condiciones sociales en las que nace. De esta manera, el objetivo de estudio la sociología de música es descubrir los usos y las funciones de la música en la sociedad con el fin de comprender por qué y para quién se crea. (Ivo S. 1988:83)

Teniendo en cuenta este objetivo, diversos autores indagan sobre cuál es el verdadero significado de la música. L. Meyer (1956) alude a dos perspectivas complementarias en el significado de la música:

**Tabla 4:** Perspectivas complementarias en el significado de la música

La perspectiva absolutista	El significado de la música se encuentra en los propios elementos musicales, (armonía, estructura y melodía). Apreciación emocional e intelectual de los elementos musicales.
La perspectiva referencialista	El significado de la música está en los elementos extra-musicales asociados con la música, (conceptos y estados emocionales que la música provoca).

P. Martín (1995) apunta a tres perspectivas sobre el significado de la música: la empirista, la racionalista y la sociológica.

**Tabla 5:** Perspectivas empirista, la racionalista y la sociológica

La perspectiva empirista	El significado es inherente a la música, captado por los sentidos y comunicado a través de la percepción.
La perspectiva racionalista	El significado de la música se alcanza mediante el análisis de los elementos musicales considerando que la razón impone tal significado.
La perspectiva sociológica	El significado de la música surge en el proceso de interacción entre personas en un determinado contexto social.

P. Martín sostiene que el significado de la música aparece y es establecido por las actividades de un grupo social en un contexto social determinado, pudiendo únicamente entender el significado de la música si entendemos el contexto social.

Stanley Sadie (2000:942), realiza una división de la sociología musical en 3 escuelas principales:

**Tabla 6:** Principales escuelas de la sociología de la música

Escuela Empirista o positivista	Centrada en el contexto y función de la música en la sociedad. Analiza la vida y el mercado de la música y la relación de los diferentes grupos sociales con los diferentes tipos de música.
Escuela del idealismo histórico hegeliano	Representada por la obra de Theodor W. Adorno. La música más avanzada de una cultura representa a la sociedad de la misma. El tipo de música describe a la sociedad.
Escuela Marxista o del materialismo histórico	Representada por la obra de Hans Eisler. Considera los cambios en la música como un resultado de los cambios de ésta en su papel económico y social, atribuyendo que cada nuevo estilo musical no surge desde un punto de vista meramente estético, sino que viene determinado por la alteración histórica necesaria de la función de la música en la sociedad en general.

En los escritos de Arnold Hauser, se defiende la idea de que las obras de arte tienen una perfecta correspondencia con los procesos sociales y las ideologías de las clases dominantes de la época y profesa una crítica al formalismo porque por perfecta que sea una forma, carece de sentido si no tiene propia entidad y cuenta con un mensaje determinado. Según expone: “todo arte está condicionado socialmente, pero no todo el arte es definible socialmente. No lo es sobre todo, la calidad artística, porque ésta no posee ningún equivalente sociológico, (...) lo más que puede hacer la sociología es referir a su origen real los elementos ideológicos contenidos en una obra de arte, de la calidad de una realización artística, lo decisivo es la conformación y la relación recíproca de estos elementos” (Hauser, 1991; citado en Porta, 2007:54).

Mientras que Hans Heinz Stuckenschmidt afirmó “la música no obedece a un fin más allá de su propia existencia, bella y gratuita” (Silbermann, 1963:9). Hauser se opone a la teoría de “l’art pour l’art”, entendiendo que el arte sirve en el contexto social en el que se creó, no justificándose por sí mismo. En su teoría, hereda del marxismo, la idea de que las manifestaciones culturales han de ser relacionadas con la infraestructura social y económica, aludiendo a un fin práctico del arte, incluso utilizado como elemento propagandístico.

Según anunciaba Theodor Adorno: “La historia del espíritu y por tanto también de la música es un contexto motivacional autárquico en la medida en que la ley social produce la formación de esferas, cada una de ellas tapada frente a la otra y, por otra parte, en cuanto a cualquier esfera, la ley de la totalidad aparece de nuevo como la ley misma; su desciframiento concreto en la música es una tarea esencial de la sociología de ésta”. (Adorno, 1993: 46).



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

### **2.6.2 La música como instrumento de comunicación y expresión**

Los intérpretes de música de todo el mundo han desarrollado a lo largo de toda la historia una función de comunicadores de emociones y sentimientos que proyectan en los oyentes. En pleno siglo XXI, donde la comunicación a través de los medios de comunicación, televisión, radio o Internet, nos hace tener la información en cuestión de segundos, la música y el arte quedan como los únicos medios de comunicación trascendentes y personales.

El arte y la música permiten a los intérpretes y creadores expresarse libremente y comunicar a los demás sus emociones. A lo largo de los tiempos la música ha intentado transmitirnos mensajes, de amor, de tristeza, soledad, alegría, mensajes políticos, ideales, movimientos sociales, etc. Compartir la música es un mecanismo social y cultural, ofrecer nuestra música o compartirla en escenarios como puede ser en un concierto o en un festival de música entra dentro del deseo del ser humano de difundir su gusto personal y comunicar parte de su identidad.

Los “fans” de un determinado tipo de música, entablan relaciones sociales, hablando de ella, compartiéndola y acudiendo a actos musicales haciendo una especie de presentación social de tus gustos más individuales.

Es cierto que con las nuevas tecnologías, cada vez es más fácil llegar a la música y disponer de ella y se da el caso de que en plataformas como *facebook* o *myspace* se produzca un constante intercambio de canciones y videos musicales, queriendo explicar con esto como el intercambio de nuestros gustos musicales produce una sensación de placer en las personas que exponen al público una parte de su identidad.

Todas estas mediaciones sociales se pueden ver como una forma de expresión de la propia identidad, siendo una manera más de estar en el mundo como seres sociales y de relacionarnos. De esta forma se da una relación entre consumo musical e identidad. Hesmondhalgh (2008) plantea que la importancia de música en la vida diaria se basaría en la negociación constante entre la expresión de privacidad del individuo y la de identidad colectiva, siendo considerada la música como la suma de prácticas culturales,

proporcionando una base para las experiencias publicas colectivas. Se puede decir que la música presenta un punto de encuentro entre lo público y lo privado.

Como escribe Frith (1996:275): “Parece ser posible una nueva clase de auto-reconocimiento, liberarnos de las rutinas cotidianas, de las expectativas sociales que nos están estorbando (...) La música construye nuestro sentido de identidad a través de las experiencias que ofrece sobre el cuerpo, el tiempo y la sociabilidad”.

En la década de los cincuenta, el reclamo de la música, se fue ampliando, gracias al incremento de los sectores culturales y comerciales y medios de comunicación, llegando cada vez a más jóvenes y provocando una transformación de la sociedad. Por primera vez se produce una búsqueda masiva de identidad de la juventud, reflejándola con aspectos estéticos, ideológicos, culturales y de consumo. Como apunta Isabela de Aranzadi, (2011).

“Las propias instituciones políticas y educativas, absorben y “reciclan” las manifestaciones musicales como productos de la cultura de masas y como característica relevante en la población juvenil. Conceptos como la ecología, el anti-puritanismo, el acercamiento a la filosofía oriental, la lucha por libertades (sexual, de género), tienen sus causas en un contexto socio-histórico determinado y se han elaborado en el seno de subculturas juveniles en las que la música ha ejercido una función aglutinadora determinante. Existe la tendencia a recuperar el rito en la era global, con un deslizamiento del “nosotros” y en este contexto estaría vinculado a una herencia desde las raíces vitales africanas, presentes en las músicas que los jóvenes escuchan hoy”<sup>6</sup>.

En el caso de los festivales de música, suelen durar varios días, ofreciendo conciertos de manera continuada y en ellos los asistentes pueden sumergirse realmente en el contexto del festival y su ambiente que suele incluir otras actividades de tipo lúdico y artístico,

---

<sup>6</sup> DE ARANZADI, I. (8 de febrero de 2011). *La música en los jóvenes y en la sociedad actual*. Universidad Complutense de Madrid, [biblioteca.ucm.es]. En: <http://biblioteca.ucm.es/revcul/tribunacomplutense/25/art445.php>

como teatro, exposiciones, talleres, mercadillos y diferentes instalaciones para el ocio además de los conciertos.

Los eventos basados en la música son una forma de diversión popular. La música, dentro de un contexto festivo, según Gibson y Connell, (2005), contribuye a la creación de un sentimiento de comunidad, participando en actividades sociales y a su vez desarrollando nuevas expresiones de su propia identidad. Pitts (2005), habla sobre los conciertos de música como una experiencia ideal para escuchar música, que reúne una combinación única de características; contexto social, familiaridad o novedad entre ellas. Según Pitts (2005:259), en los festivales de música se realzan los efectos psicológicos entre los asistentes y surge un sentimiento de conexión entre la audiencia y el músico. De manera que en los festivales de música se evocan sentimientos de pertenencia e integración social

Los eventos musicales, han creado lugares de reunión social, dándose una relación activa con la música dentro de un contexto de relaciones interpersonales. Según Laiho, la experiencia del festival evoca emociones y se refiere al papel de la música como “medio para explorar, definir y celebrar nuestro propio sentido” (Laiho, 2004: 54), así viéndose en un nuevo contexto social, apartado de las rutinas diarias, se hace una mejor evaluación y comprensión de sí mismo. Durante los festivales, se construye una nueva realidad social, unificando y reuniendo a personas de distintas realidades sociales, consiguiendo así un sentido de pertenencia a un grupo. (Zillman y Gan, 1997).

### **2.6.3 Efectos de la música en el ser humano: Los festivales como elemento de cohesión social**

En la actualidad se desarrollan estudios que emplean conocimientos de antropología, zoología, arqueología, psicología, psiquiatría, lingüística y neurobiología para mostrar la importancia de la música y los sonidos en la evolución humana.

El hombre siempre ha acompañado sus ritos de música y sonidos, adquiriendo estos una importante función en cada cultura, representando lo sagrado, las manifestaciones y protestas sociales, la religión, los rituales, las celebraciones y fiestas. Así: “el éxtasis musical implica una vuelta a la identidad, a lo originario, a las raíces primarias de la existencia. En el que solo queda el ritmo puro de la existencia, la corriente inmanente y orgánica de la vida. Oigo la vida. De ahí arrancan todas las revelaciones”. (Ciorán, 2001:12)

Stefan Koelsch (2011), doctor en neurociencia, músico, psicólogo, neurobiólogo y sociólogo, en la entrevista: "La música puede variar profundamente el cerebro", habla sobre los efectos que tiene la música en el ser humano, “Cuando los humanos están en armonía, cuando cooperan, emerge la cohesión social, entonces aparece un sentimiento de unidad, de comunión, y esto es lo que yo entiendo como un momento espiritual (...) eso es lo que tiene de especial la música, nos une.”

La música y los sonidos resaltan los momentos importantes de la existencia, nos acompaña en el baile, expresa nuestra identidad y nos reafirma en la pertenencia a una comunidad. El doctor Koelsch (2011) afirma que la música; “Es capaz de llegar a cualquier función cognitiva y afectiva del proceso mental, y por tanto a su correspondiente estructura en el cerebro. Puedes investigar distintas memorias, como la auditiva-sensitiva, la memoria a largo plazo, el aprendizaje, la integración visual y auditiva, el proceso de los errores (...) Conozco a mucha gente, yo incluido, que no hubiera sobrevivido sin la música. Yo casi muero, y la música me ayudó a sobrevivir. Es increíblemente poderosa y debemos tener cuidado de que no sea utilizada de mala manera.”

Arthur Schopenhauer apuntaba que “En la música todos los sentimientos vuelven a su estado puro y el mundo no es sino música hecha realidad”. (Schopenhauer, citado en Aguirre, s.f.). La música ha estado siempre representada en todas las sociedades utilizándola como método de cohesión social. Simon Frith (1987) analizó las funciones de la música que afectaban al individuo, a la configuración de su identidad y a su ubicación dentro de la sociedad. La música como todos los artes es un fenómeno social, cuya misión es la transmisión de ideas, sensaciones y emociones persiguiendo la trascendencia del ser humano como último fin. (Soto Villaseñor, 2002)

Koelsch alude a este poder de cohesión social que conlleva la música.

”Lo realmente fascinante es esa cuestión social de la música. Une a unas personas con otras, es algo tremendamente social (...) No solo es cierto, sino que creo que es una de las cosas especiales que tiene la música, uno de sus grandes poderes. La música despierta en nosotros todas esas funciones cuando la hacemos juntos. Como humanos somos una especie social y no podríamos haber sobrevivido a lo largo de la evolución sin cooperar y comunicarnos. Mientras hacemos música volvemos a vivir todas esas experiencias y ponemos en marcha todas esas funciones sociales. Es decir, averiguamos que es lo que quiere el otro o que intenta o que desea o que cree, sin que nos lo diga explícitamente. Hay experiencias emocionales en las que después de hacer música todos nos sentimos felices mientras que antes estábamos enfadados. Y el resultado de todo ello es esa especie de cohesión social... nos gustamos más que antes, estamos más unidos que antes, confiamos más los unos en los otros, pensamos que los otros nos ayudarán cuando nos sintamos solos o cuando tengamos un problema.” (Koelsch, 2012)<sup>7</sup>

Entre las funciones que tiene la música del en el ser humano, además de la experiencia individual y colectiva que nos proporciona se encuentra la expresión de sentimientos y emociones. Susan Langer (1942) considera que el arte que mejor expresa los sentimientos es la música por tratarse de un lenguaje simbólico de mayor abstracción que otras artes, facilitando la expresión de emociones. Según Langer la música permite proyectar los estados de ánimo, permite expresar con mayor congruencia los sentimientos que cualquier otro lenguaje y permite la expresión simultánea de cosas opuestas, consiguiendo llegar

---

<sup>7</sup> KOELSCH, S. (25.07.2012). Entrevista de Eduardo Punset a Stefan Koelsch “Programa redes 105, Música, emociones y neurociencia”. Disponible en: <http://www.rtve.es/television/20111009/musica-emociones-neurociencia/465379.shtml>



más lejos que otras artes. El artista Kandinsky haciendo una reflexión sobre las diferentes artes, califica la música como:

“arte que ha utilizado sus propios medios para expresar la vida interior del artista y crear una vida propia, y no para representar o reproducir fenómenos naturales. El artista, cuya meta no es la imitación de la naturaleza, aunque sea artística, y que quiere y tiene que expresar su mundo interior, ve con envidia cómo hoy se alcanzan estos objetivos en la música, la más inmaterial de las artes.” (Kandinsky, 1989: 37-38).

(Berger, 1969; Luckmann, 1967; y Geertz, 1973), entre otros muchos estudiosos, defienden la idea de que la cultura representa una especie de maniobra colectiva que la humanidad utiliza para dar sentido a vida. El empleo de diversas formas de arte como símbolos y lenguaje para comunicar sentimientos ha sido utilizado por la humanidad a lo largo de la historia. Clifford Geertz (1973: 140-141). Según Leonard Bernstein la música puede dar nombre a lo innombrable y comunicar lo desconocido.

Darwin (1871) admitió su desconocimiento acerca de las funciones biológicas que tiene la música sobre el ser humano, sin embargo aludía a su condición transcultural, al igual que las emociones o el lenguaje existiendo un impulso básico en el ser humano que le empuja a producir o a escuchar música. En su libro *El origen del hombre y de la selección en relación al sexo* (1871), Darwin consideraba los elementos que separan al ser humano de otras especies, situando a la música como uno de los dones más misteriosos que tiene el hombre. Eduard Punset, (2009), explicaba; “Darwin creó la música de las especies, el hilo conductor que nos ha llevado hasta lo que somos hoy. La música, el secreto de la evolución de la vida, está en la diversidad que lleva de una especie a otra”.

Steven Mithen (2006), indica que la música, al igual que el lenguaje posee un precursor común, un uso casi musical del sonido, con el que las personas se comunicaban y alude a que los grupos que desarrollaban este uso de la música tenían un mayor éxito reproductivo.

El psiquiatra y autor del libro *La música y la mente* (1993), Anthony Storr, defiende la idea en su libro de que la música en la actualidad constituye una experiencia mucho más significativa que en cualquier otro momento de la historia, para un mayor número de

personas. El autor alude a que la música da coherencia a nuestros sentimientos y emociones y ayuda a la realización personal en un mundo que cada vez tiende más al pensamiento racional. Storr afirma que los orígenes de la música se pierden, sin poder situar su nacimiento o si es anterior o posterior al lenguaje. Sin embargo la música siempre ha tenido un papel extensamente relevante en las interacciones sociales.

La música ha formado parte de la humanidad en todas sus etapas, acompañando sus rituales y fiestas, formando parte de una manifestación cultural colectiva, al igual que ahora es la parte central y el corazón de festivales que provocan el movimiento de millones de personas por todo el mundo acudiendo a su cita con la música y con todos los elementos que en relación con ésta encontraran, buscando sentir las emociones que ésta le provocaran, la cohesión social o la indagación personal. De esta manera los festivales ocurridos en esta etapa moderna de la humanidad no difieren tanto de los rituales más primitivos de la humanidad, en los que la música generaban muy parecidos sentimientos y emociones como una entidad transcultural que nunca se ha perdido y que forma parte de la condición del ser humano.

Arthur Shopenhauer presentaba la música como algo más allá del lenguaje, “la música puede ser comparada con una lengua universal, cuya cualidad y elocuencia supera con mucho a todos los idiomas de la tierra.”(Shopenhauer, 1998:203). Así pues Nietzsche declaraba que “sin la música la vida sería un error”. (Nietzsche 2002:44)

Los efectos que generan la música en la mente humana siempre han sido susceptibles de interés y en la actualidad se pueden encontrar investigaciones en este campo que coinciden en que ésta produce cambios en el ser humano, biológicos, psicológicos y sociales, también refiriéndose al campo formativo de la música. A este respecto Confucio proclamó: "El carácter de un hombre debe ser despertado por los cantos, establecido por las formas y completado con la música. La música debe ser considerada como uno de los elementos básicos de la educación, y su pérdida o su corrupción es el signo más evidente de la decadencia de los imperios. ¿Queremos saber si un reino está bien gobernado, si las

costumbres de sus habitantes son buenas o malas? Examinemos la música vigente".<sup>8</sup>(Willems, 1981)

Los festivales de música favorecen la creación de un espacio para la interacción social:

”Los festivales culturales pueden contribuir al desarrollo social, tanto desde un punto de vista personal (autoestima, confianza, creatividad) como desde una perspectiva general (creación de una atmósfera social agradable). En ese sentido, las posibilidades culturales que ofrecen los festivales, junto con la atmósfera de celebración que caracteriza a este tipo de eventos (Getz & Cheyne, 1997; Waterman, 1998), pueden generar beneficios sociales que están relacionados, en términos generales, con la mejora del bienestar de los ciudadanos, la cohesión social y el desarrollo de valores cívicos”. (Devesa, et al, 2012:98-99)



---

<sup>8</sup> Edgar Willems. *El valor humano de la educación musical*. (1981), texto extraído de: Soto Villaseñor, Gabriela (2002). *Incidencias de la música en los procesos cerebrales*. Instituto de Investigación sobre la Evolución Humana, A. En. [Chttp://www.redcientifica.com/doc/doc200209150300.html](http://www.redcientifica.com/doc/doc200209150300.html)



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

# **CAPÍTULO III**

# **METODOLOGÍA**



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

### **3.1 ESTADO ACTUAL Y JUSTIFICACIÓN**

Vivimos en una época donde se da lo que muchos han convenido en denominar “El fenómeno festival”. Estamos rodeados de fiestas y festivales celebrados normalmente durante la época estival en numerosas localidades de España. La incidencia de los acontecimientos en las ciudades y en los destinos turísticos va en aumento, sea por su adopción como estrategia de marketing urbano, mejora de la imagen o regeneración urbana (Getz, 1997). Actualmente, son muchos los asistentes que con diferentes motivaciones acude a los festivales de música, convirtiéndolos según Herrería-Usagre (2012) en una manifestación del consumo cultural de masas característico de la sociedad en que vivimos.

Según Francesc González (2007) existen principalmente dos factores detrás de esta tendencia: la transformación de la base económica urbana de las ciudades postindustriales y la tercerización de la sociedad. Cada ciudad pretende aumentar su competitividad como destino turístico ofreciendo un mayor número de opciones de ocio y así atraer un mayor número de visitantes. En las sociedades occidentales se dispone de un mayor tiempo de ocio, aunque repartido en periodos breves, lo cual va a favorecer la participación en los acontecimientos de corta duración, como puede ser un festival de música. Estos acontecimientos, no necesitaran de recursos específicos, pudiendo aprovechar los ya existentes. En este sentido “la cultura tiene un papel primordial como recurso proveedor de temáticas y «excusas» para la preparación de acontecimientos”. (González, F. 2007: 24).

En la actualidad la cultura contemporánea es tan apreciada como forma de consumo turístico como en épocas pretéritas lo eran los museos, la ópera o el teatro. Teniendo en cuenta que los acontecimientos son atracciones culturales basadas en la cultura como proceso (manifestaciones de la cultura popular, las formas de vida, las ideas, etc.), encajan perfectamente dentro de las pautas de consumo de hoy en día. “Las sociedades actuales buscan satisfacer nuevas experiencias como formas de recreación y ocio, y precisamente la cultura es la materia prima más potente para crear dichas experiencias”. (Richards, 2001).

Generalmente este tipo de acontecimientos tienen un efecto positivo para el destino de realización, aportando efectos promocionales y de imagen a un largo plazo, como podemos observar en el caso de anteriores festivales como Woodstock, Newport, Monterrey, Isla de Wight y un largo etcétera. En el terreno nacional podemos nombrar como ejemplo el caso del Festival Internacional de Benicàssim.

En esta tesis se estudian estos efectos, que pueden ser positivos o negativos, ya que una inadecuada gestión de estos acontecimientos puede llegar a ser contraproducente para el producto turístico global del destino. Durante el periodo de realización del acontecimiento se producirán ingresos directos e indirectos, estimularán negocios adicionales, desarrollarán el comercio e incrementarán el valor de la propiedad. (Ryan, 1998; Tohmo, 2005).

Desde el punto de vista social y político, los acontecimientos refuerzan la cohesión social de la comunidad, los lazos internos y su orgullo cívico, además de generar estructuras capaces de involucrar a los residentes en las actividades de su comunidad (Gursoy *et al.*, 2004).

La Asociación Europea de Festivales (1957) propone que un festival es ante todo un evento festivo, un programa completo de representaciones artísticas que trasciende en calidad a otros programas con el objeto de obtener un nivel excepcional en un lugar determinado. Por lo tanto, el festival ofrece una experiencia estética específica que solo se puede obtener durante un periodo de tiempo limitado (Sasatelli, 2008)

El “fenómeno festival” es algo que cobra cada vez más importancia en las ciudades europeas. En esta tesis se hace un repaso al contexto histórico de este tipo de eventos, su naturaleza, características y evolución de los mismos a lo largo del tiempo.

Los análisis sobre los impactos económicos en políticas culturales son relativamente recientes, utilizándose normalmente herramientas que han sido desarrolladas para otros sectores, como es el caso del turismo. El denominado método de los efectos distingue tres tipos de impactos: impactos directos, impactos indirectos e impactos inducidos.

También hay que tener en cuenta que más allá de los números y el impacto económico, se empiezan a valorar los festivales como un sello de calidad de la ciudad donde son realizados, haciendo con ellos y su difusión una campaña turística del destino. Esta fórmula desarrollada hoy en día en numerosas ciudades españolas, empezó a cobrar forma con el Festival Internacional de Benicàssim celebrado anualmente en la ciudad de mismo nombre.

Es a partir de los años 80 del pasado s. XX cuando empezamos a encontrar un mayor número de investigaciones acerca de los festivales y de sus efectos en la economía o en la sociedad, intentando dar respuesta a la pregunta; ¿por qué es positivo invertir dinero público en los festivales? Así se empieza con una serie de investigaciones que aportan luz sobre el alcance de los festivales. Un ejemplo de las investigaciones realizadas hasta ahora sobre este tipo de eventos la encontramos en estudios sobre los festivales como herramienta para el desarrollo rural (Wright, 1992), la regeneración urbana que provocan (Bianchini y Parkinson, 1993), el estudio de impacto económico y perfil de visitantes del 30th Waterfowl Festival, (2001) o el Informe Palmer (Palmer, 2005) cuyas observaciones ayudaron a las capitales europeas a la planificación de programas culturales. En el informe de Negrier y Jorda sobre festivales de música y danza (2006), encontramos métodos para agrupar los festivales.

Pasanen, Taskinen y Mikkonen (2009), analizan la evaluación del evento considerando tres partes en el estudio: los perfiles de los consumidores, los impactos económicos y los impactos socio-culturales, permitiendo investigar puntos de vista diferentes al mismo tiempo.

Encontramos también estudios sobre las motivaciones que tienen los visitantes a la hora de asistir a un festival (Getz, 1993; Crompton y Mckay, 1997; y Lee, *et al* 2004). Formica y Uysal (1996) compararon las motivaciones de los residentes y los no residentes en un festival de jazz en Italia. Emmanuel Negrier *et al* (2010) hace un estudio sobre la tipología de los visitantes a un festival.

En España y más concreto en Benicàssim, encontramos la ya extinta Sociedad de Desarrollo Turístico de (DTB) y la Concejalía de Turismo que en un futuro conformaran



el Observatorio Turístico de Benicàssim y realizarán estudios sobre el Festival Internacional de Benicàssim (FIB) y el Festival Europeo de Reggea Rototom Sunsplash.



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

### **3. 2 INTRODUCCIÓN METODOLÓGICA**

“El hombre cuando comenzó a preguntarse sobre su naturaleza u origen, o el de las cosas que observaba, estaba iniciando el proceso de construir mediante ese pensamiento reflexivo, el pensamiento filosófico, que daría origen al pensamiento científico”. (Vargas, 2007:1)

Esta tesis se basa en el estudio de los festivales más importantes realizados dentro de la Comunidad Valenciana, comprendiendo el Low Festival de Benidorm, el Festival Internacional de Benicàssim (FIB), el Festival Europeo de Reggea Rototom Sunsplash, ambos realizados en el mismo recinto en Benicàssim (Castellón) y el Festival Arenal Sound de Burriana, (Castellón). Por lo general son festivales dirigidos al público más joven, centrados principalmente en la música indie, a excepción del Festival Rototom Sunsplash, dedicado a la música reggea.

Tomando como referencia “Aprender a investigar” de Jose Alcina Franch (1994:27), en su esquema de trabajo propone en primer lugar la formulación de la hipótesis, búsqueda de las fuentes adecuadas y relevantes para el tema a investigar, selección bibliográfica, extracción de datos para la resolución del problema en términos planteados en la hipótesis de trabajo, ordenación crítica de los materiales y redacción del trabajo de acuerdo con las normas internacionales. También propone desde el punto de vista del método científico “el enriquecimiento mutuo que desarticula el principal inconveniente de la especialización: el aislamiento de los contextos más amplios en el campo teórico-metodológico”. Alcina (1994:34). Estos planteamientos serán empleados en las diferentes técnicas de trabajo: búsqueda bibliográfica, análisis de los contenidos, grupos de discusión, entrevistas, etc.

Acogiéndonos al esquema de trabajo de Gaitán y Piñuel (1998: 7-10), la propuesta sería la siguiente:

1. Introducción: Marco Metodológico. Elaboración, registro y tratamiento de datos como procedimiento científico; situaciones espontáneas y/o artificiales de las que se pueden recabar datos, fases y etapas de la investigación.
2. Observaciones directas. Auto-observación; auto informes, documentos personales, historias de vida. Observación sistemática, (niveles de análisis, codificación, categorización, etc) y observación participante.
3. Conversaciones. Entrevistas abiertas, discusiones de grupo, etc.
4. Experimentos. Experimentos objetivos, subjetivos y proyectivos, experimentos grupales.
5. Documentación. Describir el concepto de análisis de contenido, significado del texto, en su contexto y sentido, análisis de los componentes léxicos, temáticos, simbólicos y evaluativos, unidades de análisis, etc.
6. Técnicas de evaluación de las técnicas. Validez, fiabilidad”

En otro método, (Morín, 1983:24-29) se nos habla de las “unidades de información”, que pueden ser frases, palabras, temas, acontecimientos, etc. En este caso la diferenciación de artículos, vendrá determinada por la frecuencia de uso de unidades de información.

En el esquema de trabajo de Pérez Serrano (1984: 75-76) se propone que habiendo precisado el objetivo, determinado la unidad de contenido a analizar y elaborado la hipótesis de trabajo, se deben formular las preguntas categoriales: quién (análisis de control), dice qué (análisis de contenido), en qué canal (análisis del medio), a quién (análisis de audiencia), y con qué efecto (análisis de efecto). A continuación prever una guía objetiva, decidir las unidades de registro o unidades de información y las unidades de numeración (índice de cuantificación), cuantificar y expresar matemáticamente las categorías y por ultimo realizar la interpretación de datos y elaboración de conclusiones.

Para la realización de esta tesis utilizaremos una triangulación metodológica, teniendo como base una metodología cualitativa.

**Figura 4:** Triangulación metodológica



Elaboración propia

Según Robert Nisbet (1966:61), “Los obreros Europeos de Frederic Le Play es una obra estrictamente sociológica, el primer trabajo sociológico genuinamente científico del siglo XIX...”. Le Play es el primero en formular el método denominado “Estudio de casos”, basado en observación participada y comparación sistemática. “Le Play protagonizó uno de los primeros intentos por construir una ciencia empírica de la sociedad, instrumentada metodológicamente en la observación inductiva y en la clasificación, y sustentada teóricamente en la defensa del patronazgo y de la familia troncal”. (Garayo, 2001:31)

Son muchos los sociólogos que en sus investigaciones emplearon las técnicas cualitativas, como es el caso de Ferdinand Tönnies, Th. Veblen o M. Weber en otros. Es el caso de la Heidelberg en Alemania o la Escuela de Chicago en Estados Unidos que se constituyeron auténticos pioneros en el uso de la metodología cualitativa. En la investigación cualitativa se procesan datos que son difícilmente cuantificables, diarios, videos, entrevistas..., recurriendo a métodos flexibles e inductivos inspirados en el sentido común y la experiencia (Douglas, 1976:15).

### **3.2.1 Planteamiento metodológico**

El debate entre las metodologías cuantitativa y cualitativa ha sido una constante en el mundo de la investigación en ciencias sociales. Conde, (1994) selecciona momentos clave en las perspectivas cualitativa y cuantitativa en la historia de la investigación y señala la evolución de la experiencia cualitativa:

- Las figuras de Platón y Aristóteles en la Grecia clásica representando diferentes posturas. Platón defiende una aproximación más “matematizable” denominada como “pre-cuantitativista” y Aristóteles, “precualitativista”, (Conde, 1994: 54).
- La “matematización” del mundo en la Baja Edad Media, (s. XII a XIV). Las transformaciones socioculturales, económicas e ideológicas abren paso a la “ciencia moderna” y al paradigma “científico-positivo”, predominando lo cuantitativo frente a lo cualitativo (Conde, 1994: 55-58).
- La Edad Moderna (hasta el siglo XIX). Newton propone “la matematización de la naturaleza”, basado en técnicas cuantitativas y aproximaciones matemáticas.
- Los desarrollos científicos a partir del siglo XIX generan una transformación del paradigma cuantitativista anterior. En el caso de la sociología como ciencia, Weber propuso una aproximación científica diferente al utilizado en las ciencias naturales.

Otra revolución científica llegaría con la obra publicada en 1962: *The Structure of Scientific Revolutions (La estructura de las revoluciones científicas)* de Thomas Kuhn, incorporada sobre todo en el campo de las ciencias sociales. Kuhn introduce la noción de “paradigma” para designar el consenso de la comunidad científica ante los avances conseguidos en una época anterior y la manera de utilizarlos para los problemas actuales, surgiendo así soluciones universales. Según la definición de Ruiz: “un paradigma es una manera de hacer ciencia que supone una forma de interpretar la realidad, una metodología para abordarla y problemas típicos de investigación”. (Ruiz Bolívar, 1997:11).

Rivas califica el termino paradigma como “una red de creencias teóricas y metodológicas entrelazadas que permiten la selección, evaluación y crítica de temas, problemas y métodos, y establece una red de compromisos entre los miembros de una comunidad. (Rivas Balboa, 1996:17)

Khun considera que la ciencia ha de estar delimitada por los paradigmas que demarcan la clasificación de dicha especialidad científica y explica los paradigmas como realizaciones científicas que son universalmente reconocidas y que durante cierto tiempo proporcionan modelos de problemas y soluciones a una comunidad científica. De esta manera, no sería posible diferenciar la ciencia del conocimiento común si ésta no tuviera su paradigma.

Guba (1990:17) establece las preguntas que estructurarían un paradigma:

- Ontológica: ¿Cuál es la naturaleza de la realidad?, “El ser como ser”.
- Epistemológica: ¿Cuál es la naturaleza de la relación entre quien conoce (el investigador) y lo conocido?, la construcción del conocimiento.
- Metodológica: ¿Cómo debe hacer el investigador para encontrar el conocimiento?, los modos de producción de conocimiento.

### **3.2.2 El método científico en las ciencias sociales**

El Dr. Joaquim Prats, en el texto; *Las ciencias sociales en el contexto del conocimiento científico*, (2010), plantea la pregunta a la que han intentado dar respuesta pensadores e investigadores: ¿pueden los seres humanos conseguir un conocimiento objetivo sobre la realidad social que ellos mismos crean y recrean constantemente? El intento de dar respuesta a esta pregunta a lo largo de siglos ha tenido como finalidad afirmar la identidad propia de las disciplinas que forman parte de las ciencias sociales.

Prats comienza afirmando que las ciencias sociales se fundamentan en la diversidad, ya que las proposiciones de las que se parte forman parte de una realidad que existe objetivamente al margen de nuestra voluntad y una parte de esta realidad global posee una características derivadas de la presencia y acción humana, denominado como lo social y finalmente afirma que lo social es un todo objetivo susceptible de ser analizado desde cualquier disciplina.

Entre las particularidades que se dan en el estudio de las ciencias sociales Prats destaca la posición singular del sujeto cognoscente frente al objeto de estudio, y por otro lado la propia esencia de las ciencias sociales que viene dada por su propia naturaleza, su inmaterialidad, complejidad, variabilidad y diversidad.

#### **El método científico**

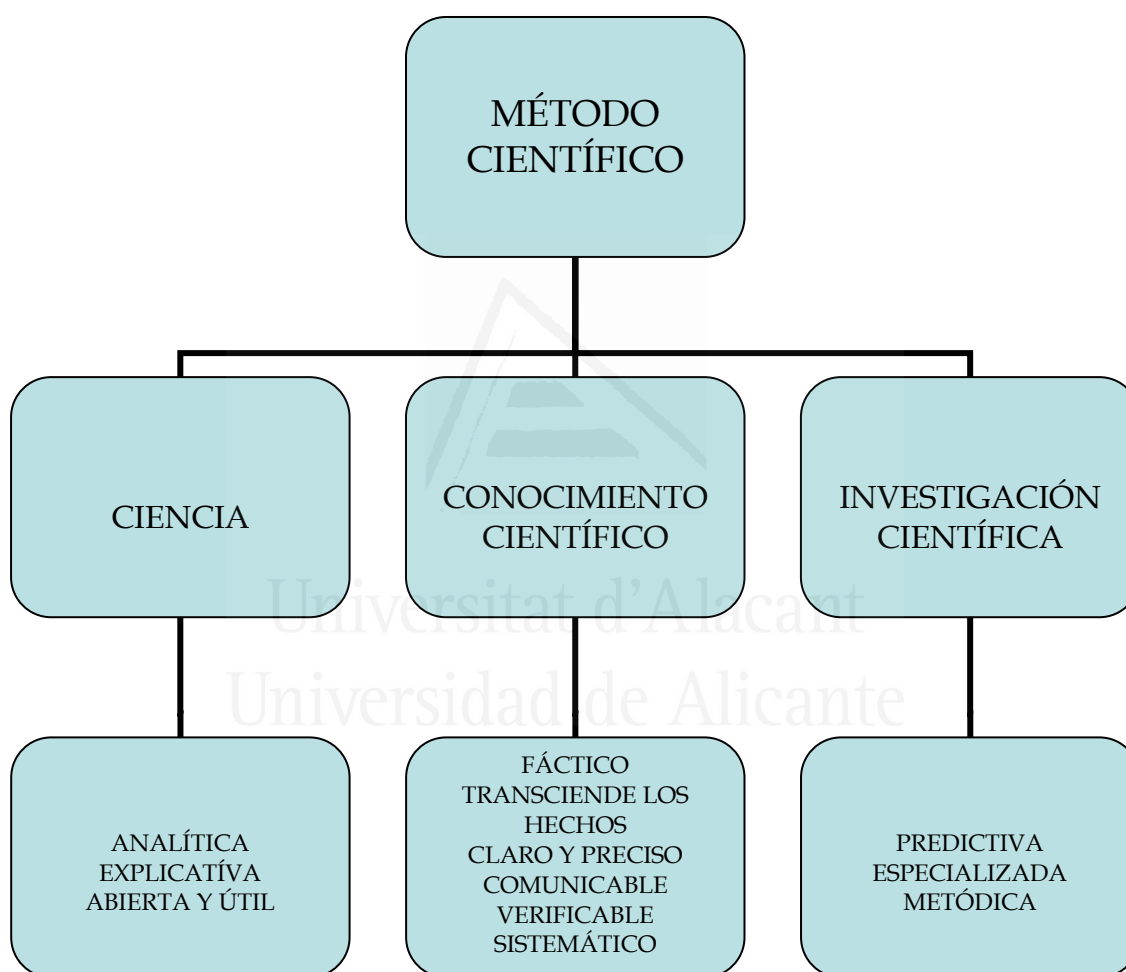
Mario Bunge describía así la ciencia, en su libro: *La ciencia. Su método y su filosofía*, (1960:6); “Mientras los animales inferiores sólo están en el mundo, el hombre trata de entenderlo; y sobre la base de su inteligencia imperfecta pero perfectible, del mundo, el hombre intenta enseñorearse de él para hacerlo más confortable. En este proceso, construye un mundo artificial: ese creciente cuerpo de ideas llamado "ciencia", que puede caracterizarse como conocimiento racional, sistemático, exacto, verificable y por consiguiente falible”.

Kerlinger (1975:11) define el método científico como; “una investigación sistemática, controlada, empírica y crítica, de proposiciones hipotéticas sobre las presumidas relaciones entre fenómenos naturales”. Sistemática y controlada implican una disciplina que no deja los hechos a la casualidad. Empírica alude a que se basa en fenómenos

observables de una realidad. Y crítica alude a que se juzga de manera objetiva eliminando los juicios de valor. (Hernández Samperi, *et al*, 1991:15).

En el siguiente esquema, Bunge destaca las características de los diferentes componentes del método científico:

**Figura 5:** El método científico



Elaboración propia, a partir del esquema de Bunge<sup>9</sup>, (1977:63-64).

<sup>9</sup> Bunge, Mario, (1977). *La ciencia, su método y su filosofía*, Buenos Aires, Siglo Veinte. Citado en ENCISO CARVAJAL, B. (1997). *La biblioteca: bibliosistemática e información*. México: EL COLEGIO DE MÉXICO [http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/la-biblioteca-bibliosistemática-e-información--0/html/ff17973c-82b1-11df-acc7-002185ce6064\\_3.html](http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/la-biblioteca-bibliosistemática-e-información--0/html/ff17973c-82b1-11df-acc7-002185ce6064_3.html)



Tamayo y Tamayo, en su publicación; *El Proceso de la Investigación Científica* (2003:32), se refiere a cinco etapas dentro del método científico:

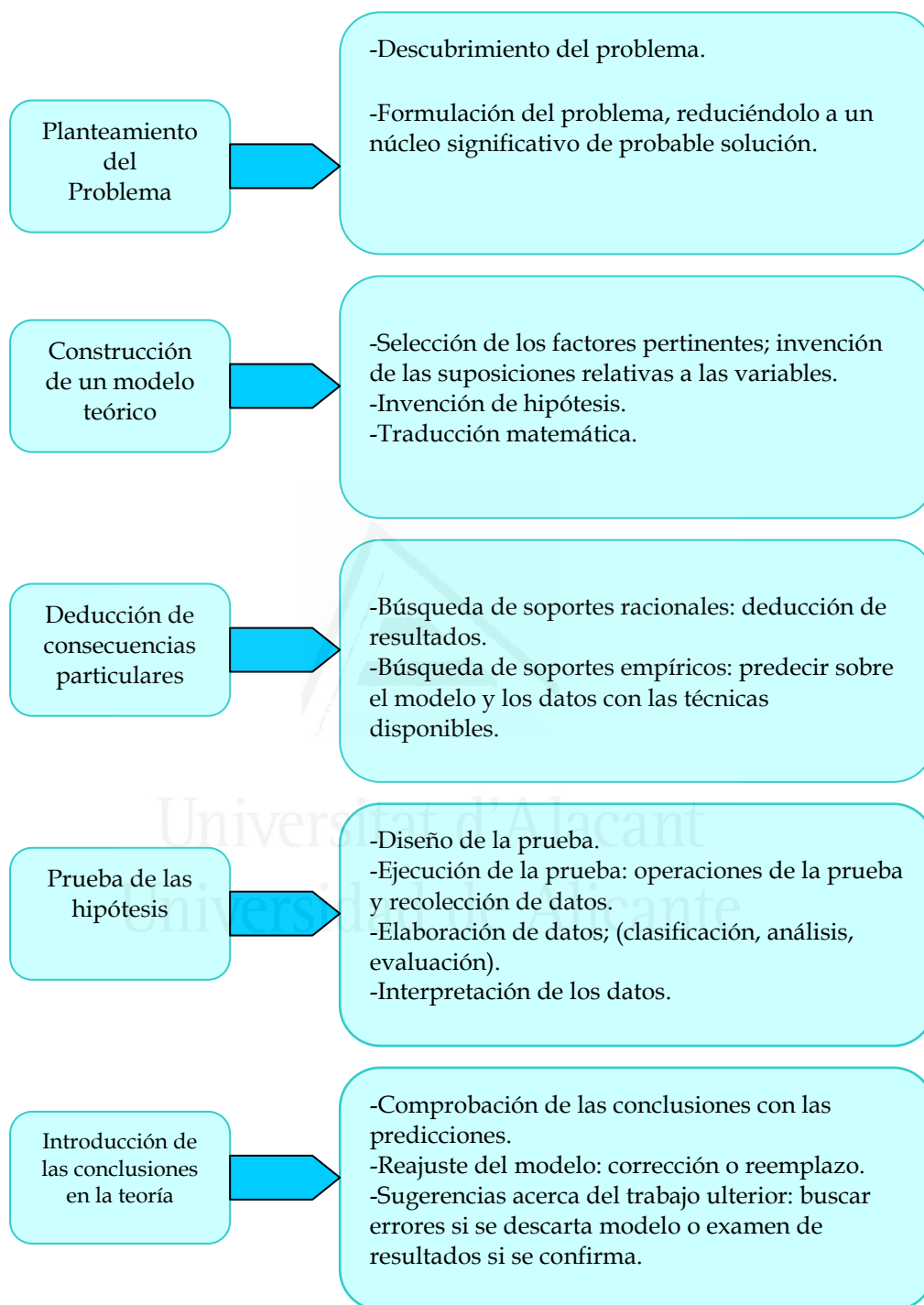
1. Percepción de una dificultad en la que el individuo encuentra algún problema.
2. El individuo efectúa observaciones que le permitan identificar y definir la dificultad.
3. Formulación de hipótesis que dan posibles soluciones al problema.
4. Deducción de las consecuencias que provocaran las hipótesis que resultan verdaderas.
5. Verificación de las hipótesis sometiéndolas a prueba y confirmando las consecuencias.

El método científico sirve para resolver problemas y adquirir o comprobar los conocimientos de la ciencia, tiene por objeto averiguar la verdad de proposiciones, adquiriendo máxima relevancia el camino que nos lleva a un resultado, es decir, la aplicación de un método científico.

Bunge (1960) propone un denominador común en el proceso para el tratamiento científico de los problemas. En el siguiente esquema se expone una versión resumida del mismo:

Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

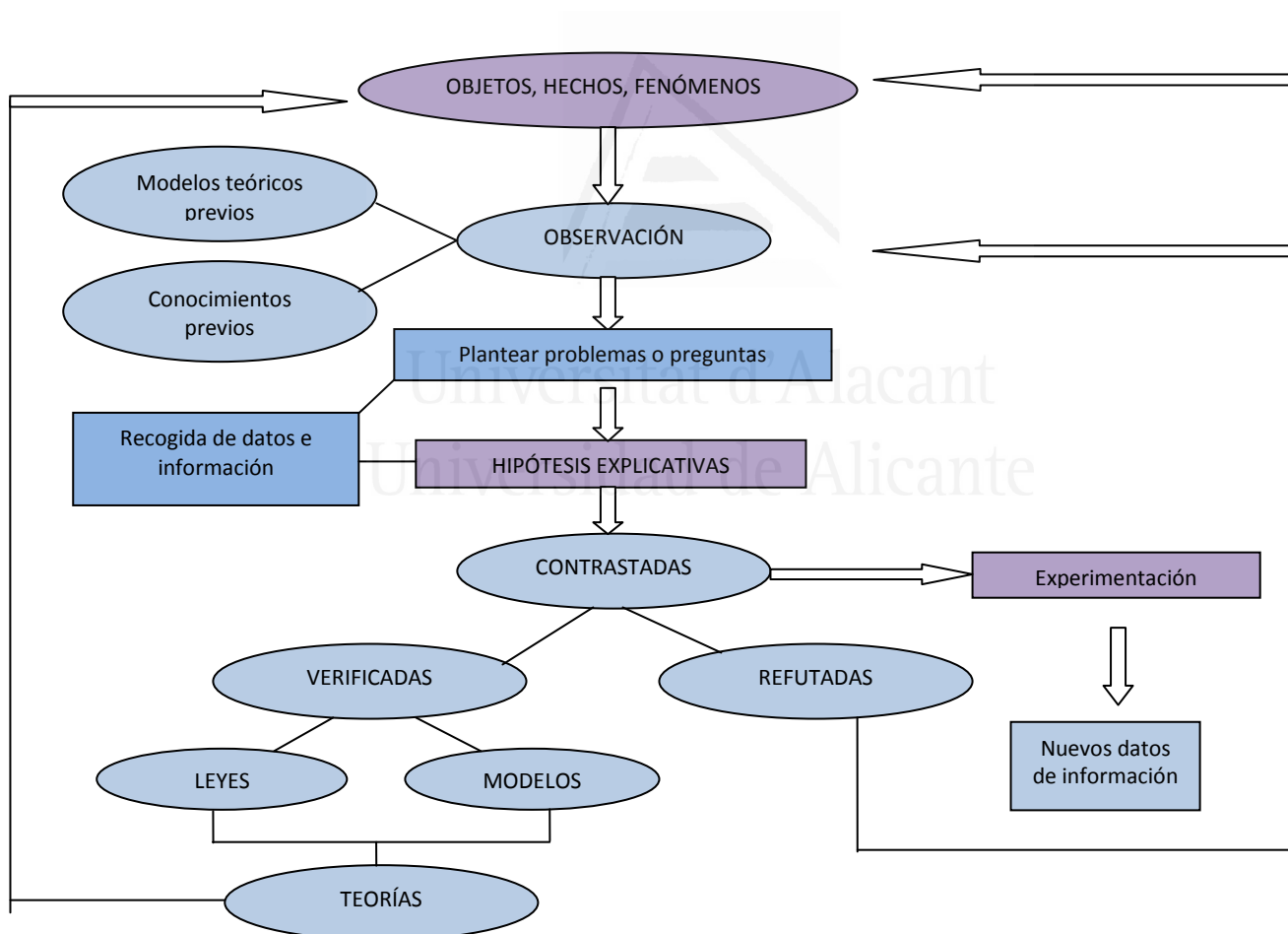
**Figura 6:** Proceso para el tratamiento científico de los problemas



Elaboración propia a partir del esquema de Bunge, (1960: 41-42).

Prats, (2010), afirma que la aplicación del método científico es el criterio de demarcación fundamental del conocimiento científico y todo objeto al que se pueda aplicar dicho método podrá ser calificado de científico. De esta manera, en los problemas del campo de las ciencias sociales se podrán contrastar o falsear las hipótesis planteadas con la propia realidad existente y sus resultados prácticos. Sin embargo el profesor alude a la existencia de particularidades específicas a la hora de abordar el estudio de disciplinas sociales, que obligan a usar metodologías concretas. Dicho de otra manera, las ciencias sociales siguen la estrategia general de la ciencia para conseguir conocimiento (el método científico), pero aplican metodologías específicas según cada caso de estudio.

**Figura 7:** Secuencia lógica del método científico y de la relación entre sus etapas:



Elaboración propia a partir de: Montserrat Montenegro M. (2008)

Según el esquema, las etapas para la aplicación del método científico son:

- La Observación, planteada como una actividad planificada y rigurosa.
- Planteamiento de problemas, mediante la observación surgen preguntas que plantean los problemas de investigación.
- Recogida de datos e información: búsqueda bibliográfica sobre el tema científico planteado que servirá tanto para adquirir conocimiento, como para plantear nuevas preguntas.
- Formulación de una hipótesis explicativa: propuesta de solución a un problema científico, que sea susceptible de refutación.
- Verificación de una hipótesis: mediante experimentos.
- Tratamiento de los datos extraídos de los experimentos.
- Interpretación de resultados: conclusiones que vienen dadas del tratamiento de los datos en los experimentos.



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

### **3.2.3 Planteamiento del Problema y formulación del Problema**

#### **Planteamiento del Problema**

Las actividades relacionadas con el ocio, la cultura, la diversión y el tiempo libre juegan un papel cada vez más importante en la sociedad actual. Este hecho ha ido haciendo cada vez más prolifero el mercado de este sector. En esta tesis se estudia los festivales musicales partiendo de la base de que la música es uno de los fenómenos culturales más difundidos del mundo en la sociedad actual y el lenguaje musical contribuye al desarrollo de las relaciones entre los seres humanos. De esta manera, se hace cada vez más relevante el estudio de estos eventos que cada vez crecen más en número, diversidad y congregación de gente.

Este estudio se plantea principalmente en el ámbito de la música popular contemporánea, estilos pop, rock la mayor parte de las veces. Se debe tener en cuenta que la música popular contemporánea es una práctica social y aun no son muchos los estudios que contengan una reflexión teórica sobre la relación entre las formas del imaginario social y la producción, la recepción y la estructura de la música popular contemporánea. Esto es debido a que los musicólogos no han ido más allá de las estructuras musicales, siendo necesario el estudio tanto a nivel simbólico como social de la música popular contemporánea.

Adorno (1962) ahondó en el estudio de la música y la sociedad de masas. Con los festivales tratamos con fenómenos con una identidad cultural propia y en constante evolución, además de ser eventos que favorecen la actividad turística, propiciando desplazamientos y consumo. Getz (1997), señala el aumento de los mismos en los destinos turísticos.

La Comunidad Valenciana es un ejemplo de esto, reproduciendo de manera anual los festivales que son objeto de este estudio. Durante el periodo estival, aprovechando el clima y la situación geográfica de esta Comunidad se dan cita los tres festivales musicales más importantes en la provincia de Castellón: el Festival Internacional de Benicàssim (FIB); el Arenal Sound de Burriana; el Rototom Sunsplash; y el Low Festival en Benidorm. Este estudio tiene como finalidad ahondar en los impactos que estos festivales generan en la Comunidad Valenciana.

## **Formulación del problema**

El problema de esta tesis es:

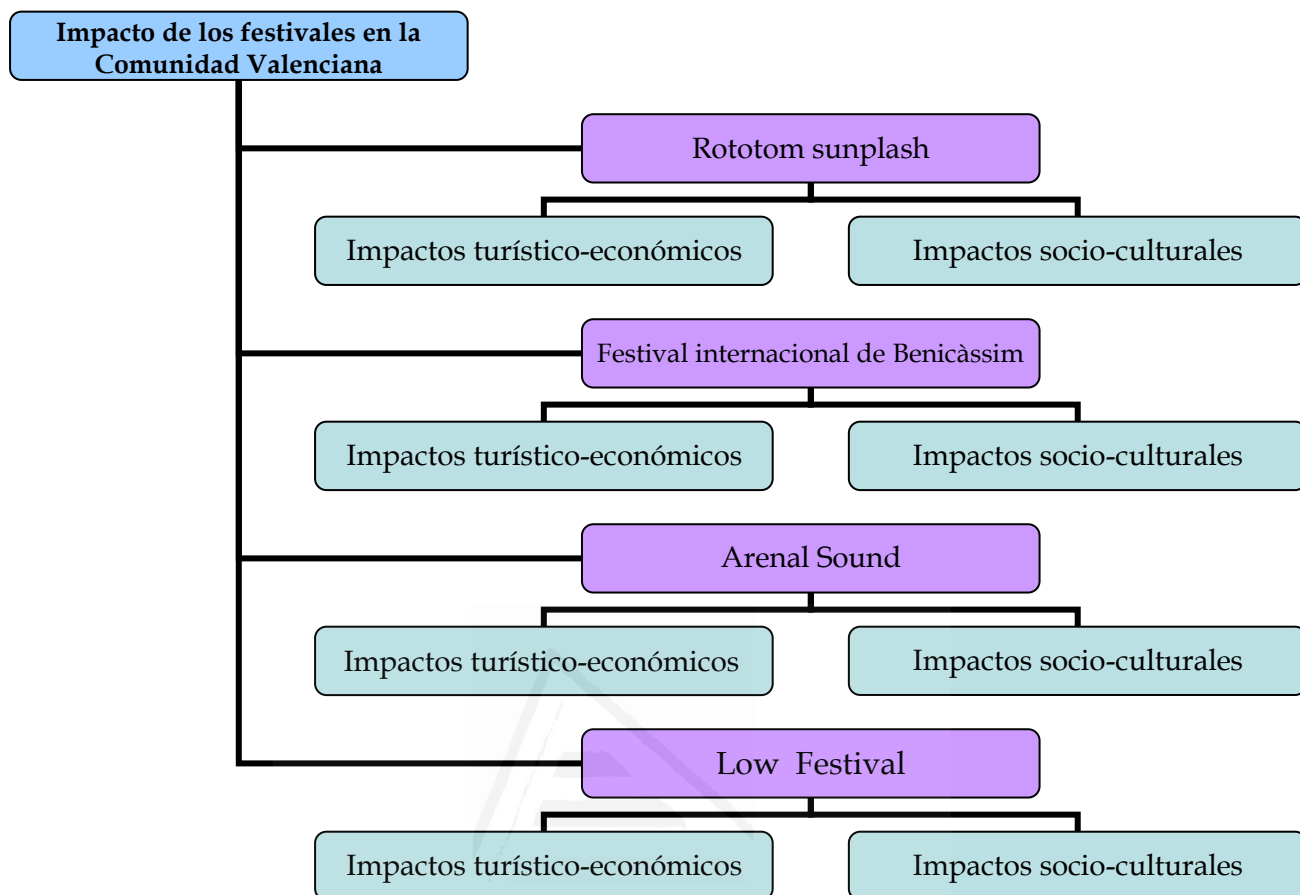
¿Cuáles son los principales impactos turísticos-económicos y socio-culturales que generan los Festivales de Música en la Comunidad Valenciana?

De manera más específica se busca dar respuesta a estas dos cuestiones generales estudiando el caso de cuatro festivales:

- Festival Internacional de Benicàssim (FIB)
- Arenal Sound
- Rototom Sunsplash
- Low Festival

El problema se ha planteado desde dos ópticas: por un lado los impactos que estos cuatro festivales generan en la economía y el turismo de esta Comunidad y por otro los impactos sociales y culturales:

Figura 8: planteamiento del problema desde dos ópticas



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

### **3.3 CONTEXTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO**

#### **3.3.1 El tema de la investigación:**

La expansión del número de festivales culturales en los últimos años convierte a este fenómeno en un tema de interés para la investigación. En concreto, en el ámbito de este estudio, en la Comunidad Valenciana han ido en aumento tanto el número de festivales como la asistencia a los mismos, repercutiendo social y económicamente.

Devesa, *et al*, (2012:97-98), distingue entre cinco tipos de impactos o repercusiones que los festivales y eventos culturales puedan generar en el lugar donde se celebran. Diferencia entre repercusiones económicas, turísticas, culturales, sociales y físicas, tratándose de impactos con una delimitación imprecisa, ya que se interrelacionan entre sí. De entre estas repercusiones, hacemos referencia a los impactos que son objeto de estudio de esta tesis:

- **Repercusiones económicas:** Los efectos económicos que estos festivales musicales tienen sobre el desarrollo económico local y regional. Teniendo en cuenta por una parte, los efectos a corto plazo; gastos generados por los asistentes al festival directos o indirectos, en bienes o servicios relacionados. Por otra parte los efectos a largo plazo; modificaciones en las estructuras urbanas, culturales, productivas y sociales del territorio.
- **Repercusiones turísticas:** Los festivales de música son en la actualidad un factor decisivo a la hora de elegir un destino de viaje. Según Weiler & Hall, (1992), constituyen un recurso importante para las localidades y regiones donde tienen lugar. Así pues, actúan como un importante recurso turístico.
- **Repercusiones sociales:** Los festivales musicales traen consigo repercusiones sociales, tanto desde un punto de vista individual, en cuestiones de confianza, autoestima o creatividad, contribuyendo a un desarrollo personal o desde un punto de vista general, creando una atmósfera festiva que pueda contribuir a la cohesión social, fomento cultural, interactividad entre las personas y bienestar.



Heinz (1996:59), distingue entre el tema de investigación y el objeto de investigación. Según cita Heinz, el tema de investigación es un interés de saber que se expresa en un enunciado, en el caso de esta tesis “Impactos turístico-económicos y socio-culturales de los Festivales de Música en la Comunidad Valenciana”, mientras que el objeto de investigación, sin embargo, se refiere al fenómeno real al que se hace referencia en el enunciado:

- Impactos turístico-económicos
- Impactos socio-culturales



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

### **3.3.2 Objetivos de investigación**

#### **Objetivos generales**

Analizar los impactos turístico-económicos y socio-culturales de los festivales musicales más multitudinarios que se realizan en la Comunidad Valenciana.

Desarrollar conocimiento teórico-empírico sobre los impactos generados por los festivales.

Analizar las repercusiones económico-turísticas de estos eventos en la Comunidad Valenciana.

Analizar los impactos sociales que tienen estos eventos en la actualidad desde el punto de vista de cambio social en comparación con los primeros festivales de música.

#### **Objetivos específicos**

1. Revisar la bibliografía disponible para establecer un marco teórico sobre la historia y evolución de los festivales musicales.
2. Concretar la definición de festival musical.
3. Concretar las diferentes tipologías de festivales musicales.
4. Establecer un marco histórico del contexto musical y los festivales musicales.
5. Analizar los diferentes impactos económicos y turísticos de los festivales en la Comunidad Valenciana.
6. Analizar los impactos sociales y culturales que provocan estos eventos en sus localidades y en la Comunidad Valenciana.
7. Aportar una perspectiva general de las repercusiones sociales y culturales que conllevan y que generan.
8. Analizar el cambio social representado en estos eventos y el cambio en las motivaciones de los asistentes con respecto a los festivales de décadas anteriores.

## **3.4 METODOLOGÍA CUANTITATIVA VS METODOLOGÍA CUALITATIVA**

### **3.4.1 Metodología cuantitativa**

Briones (2002:17), propone la investigación cuantitativa como método cuantificable, deductivo y lógico basado en la medición numérica y los análisis estadísticos como métodos para explicar el fenómeno a estudiar. Hurtado y Toro (1998), hablan de la investigación Cuantitativa como poseedora de una concepción lineal, con claridad entre los elementos que conforman el problema y definición.

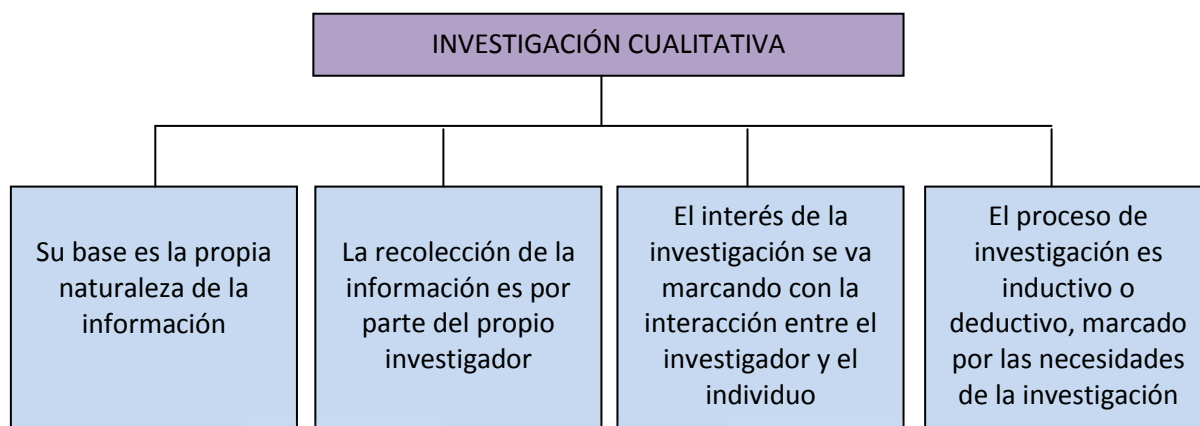
La investigación cuantitativa examina datos de manera numérica y estadística, necesitando una relación de naturaleza lineal entre los elementos a investigar. Sumner y Tribe (2008) rechazan la dicotomía entre metodología cualitativa y cuantitativa y distinguen cuatro dimensiones que caracterizarían las investigaciones de una forma menos simplista. Las investigaciones se diferenciarían según las técnicas utilizadas: técnicas de muestreo aleatorias o intencionales; técnicas de recolección de datos estructuradas o interactivas; información cuantitativa o de percepción; y técnicas de análisis estadísticas o sociológicas.

### **3.4.2 Metodología cualitativa**

La Organización Mundial del Turismo, (OMT) propone la definición: “La investigación cualitativa es una estrategia usada para responder preguntas sobre grupos, comunidades e interacciones humanas y tiene una finalidad descriptiva de los fenómenos de interés o predicativa de los fenómenos turísticos, o de los comportamientos humanos y su relación con el turismo. Las características intrínsecas de la investigación cualitativa suponen un análisis intuitivo de los datos, emergiendo los datos desde la propia observación de la realidad.” Sancho (2008:12)

Las principales características de la investigación cualitativa se muestran en la siguiente figura:

**Figura 9:** Principales características de la investigación cualitativa.



Elaboración propia a partir de (Sancho, 2008:12)

La metodología de investigación cualitativa no se basa en la medición de algunos elementos sino que trata de conocer los hechos en su totalidad mediante la interacción. En esta estrategia de investigación, el investigador es un elemento imprescindible en el sentido de que ha de involucrarse en el proceso. No se trata de medir, sino más bien de describir las cualidades de un fenómeno, en este caso los Festivales Musicales. Así, la figura del investigador juega un papel fundamental como constructor de la realidad para el propio diseño así como en el desarrollo de la investigación, teniendo que valerse de un modelo de investigación flexible que le ayude a introducirse en la realidad del fenómeno a estudiar.

Hernández (2006), alude a una búsqueda de entender el comportamiento humano a través de los métodos de investigación cualitativos. Fielding y Fielding (1986) defienden el uso de métodos cualitativos en el estudio de las ciencias sociales apuntando que “los fenómenos sociales son distintos de los naturales y no pueden ser comprendidos en términos de sus relaciones causales mediante la subsunción de los hechos sociales a leyes universales porque las acciones sociales están basadas e imbuidas de significados sociales: intenciones, actitudes y creencias” (Fielding y Fielding, 1986; citado en Vasilachis de Gialdino 1992:30).

La metodología cualitativa tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno mediante el entendimiento en profundidad. Vasilachis de Gialdino (1992) defienden las metodologías hipotético-deductivas con técnicas cuantitativas para el estudio de las ciencias naturales, considerando más apropiado el uso de metodologías inductivas de paradigma interpretativo con técnicas cualitativas para el estudio de las ciencias sociales aunque sí permitiendo la combinación de ambas en una “estrategia de triangulación”.

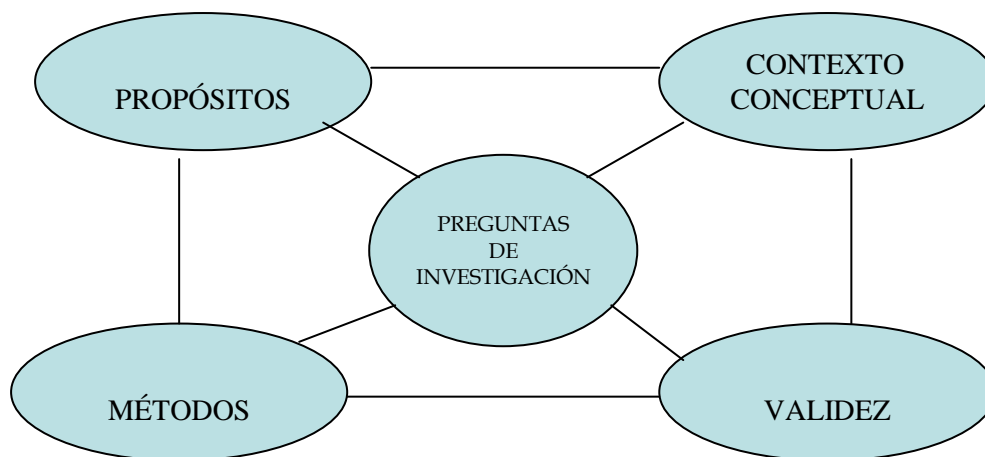
Según definen Marshall y Rossman (1999) “la investigación cualitativa es pragmática, interpretativa y está asentada en la experiencia de las personas. Es una amplia aproximación al estudio de los fenómenos sociales, sus varios géneros son naturalistas e interpretativos y recurre a múltiples métodos de investigación”. (Marshall y Rossman, 1999; citado en Vasilachis de Gialdino 2006:2)

Vasilachis de Gialdino (2006:2), refleja lo que supone un proceso de investigación cualitativa:

- La inmersión en la vida cotidiana de la situación seleccionada para el estudio.
- La valoración y el intento por descubrir la perspectiva de los participantes sobre sus propios mundos.
- La consideración de la investigación como un proceso interactivo entre el investigador y esos participantes, como descriptiva y analítica y que privilegia las palabras de las personas y su comportamiento observable como datos primarios.

Magaña Carrillo (2012), alude a una legitimización cada vez mayor de la metodología cualitativa, cuyo rigor metodológico sustituye las perspectivas de estudio cuantitativas. La profesora hace referencia a que la complejidad del Turismo como ciencia crea un área de oportunidad para una metodología alternativa a lo cuantitativo, favoreciendo un diseño de investigación basado en un modelo flexible como el de Maxwell (2004) que permita la modificación y adaptación a las circunstancias del estudio de campo.

**Figura 10:** Modelo de investigación cualitativo de Joseph A. Maxwell (1996, 3:4):



Elaboración propia a partir de Maxwell (1996, 3:4)

En el diagrama se ven presentados los componentes de un diseño cualitativo y la relación entre ellos. Maxwell apunta a una unión bidireccional entre los componentes, representada por las líneas que los unen. Las preguntas de investigación deben tener una clara relación con los propósitos de estudio y conocer los fenómenos que se están estudiando y las herramientas teóricas que se puedan aplicar al estudio de los mismos, tal y como se ve reflejado en el triángulo superior del diagrama. Mientras que en el triángulo inferior las preguntas de investigación se unen a los métodos que deberían hacer posible dar respuesta a las mismas y a su validez. De esta manera, según J. A. Maxwell (1996:3), a la hora de elaborar un diseño de investigación debemos dar respuesta a las siguientes preguntas:

**Tabla 7:** Preguntas para elaborar un diseño de investigación

PROPÓSITOS	<p>¿Cuáles son las metas del estudio?</p> <p>¿Qué cuestiones se quieren esclarecer?</p> <p>¿Hacia dónde conducimos el estudio?</p> <p>¿Por qué tiene valor?</p>
CONTEXTO CONCEPTUAL	<p>¿Qué se piensa que va a ocurrir con el fenómeno que planea estudiar?</p> <p>¿Qué teorías, hallazgos, y estructuras conceptuales relacionadas a estos fenómenos guiarán o participarán en el estudio?</p> <p>¿A qué literatura, investigaciones preliminares, y experiencia personal se recurrirá?</p>
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	<p>¿Específicamente, qué se quiere comprender al hacer este estudio?</p> <p>¿Qué no se conoce acerca de los fenómenos que está estudiando y quiere aprender?</p> <p>¿Qué preguntas pretenden responder, y cómo se relacionan unas a otras?</p>
MÉTODOS	<p>¿Qué cosas se harán para guiar el estudio?</p> <p>¿Qué técnicas se utilizarán para recolectar y analizar sus datos?</p>
VALIDEZ	<p>¿Cómo puede equivocarse?</p> <p>¿Cuáles son las explicaciones alternativas posibles y las amenazas de validez a las conclusiones potenciales de su estudio, y cómo las tratará?</p> <p>¿Cómo los datos pueden cambiar sus ideas sobre lo que sucede?</p> <p>¿Por qué deberíamos creer en los resultados?</p>

Elaboración propia a partir de Maxwell (1996:3)

### **3.4.3 Estructura del desarrollo metodológico**

#### **En la metodología incluiremos:**

1. Documentación y búsqueda bibliográfica y hemerográfica.
2. Selección del material y elaboración de un marco teórico.
3. Diseño de la investigación.
4. Descripción de variables.
5. Análisis del contenido y determinación de las unidades de registro o información.
6. Entrevistas
7. Grupos de discusión.
8. Asistencia a los eventos incluidos en el estudio.

La asistencia a los festivales se realizará con el principal motivo de conocer los eventos a estudiar y los escenarios en los que son realizados de primera mano. Al mismo tiempo la asistencia posibilitará la obtención de material como programas, carteles y publicaciones internas de los festivales.

Las entrevistas serán realizadas a los diferentes agentes de actuación en el evento, separando empresas de realización, organización y gestión de los festivales, participantes, entidades públicas, medios de comunicación, asistentes y entorno del festival, con el fin de recabar información de todos los puntos de vista de un mismo evento y así poder buscar elementos comunes que nos ayuden a sacar conclusiones.



### **3.5 HIPÓTESIS**

La hipótesis sobre la que se sustenta este trabajo de investigación es que la realización de Festivales Musicales genera unos impactos económicos, turísticos y sociales demostrables para las ciudades de destino. La tesis sostiene que es una labor de estos eventos la de actuar como un producto turístico.

De manera específica:

- **H1-** La realización de estos festivales aportan beneficios económicos y puestos de trabajo favoreciendo el desarrollo socioeconómico de las regiones donde se realizan.
- **H2-** Durante la realización de los mismos se produce un incremento turístico.
- **H3-** La realización de un festival musical facilita la construcción de una marca de identidad para la localidad donde tiene lugar.
- **H4-** Los festivales de música favorecen el proceso de construcción e interiorización de una imagen turística.
- **H5-** Los festivales musicales en la actualidad actúan como un producto turístico dejando en un segundo plano el valor cultural que tenían en décadas anteriores.
- **H6-** Los festivales musicales conllevan repercusiones sociales como generación de identidad cultural, cohesión e interacción social.
- **H7-** Las motivaciones que llevan en la actualidad a asistir a un festival musical atienden en menor medida a inquietudes culturales que en décadas anteriores.

### **3.6 DISEÑO DE LA METODOLOGÍA**

En este apartado el objetivo principal es diseñar una metodología que evalúe el impacto turístico-económico y socio-cultural de los festivales más importantes que tienen lugar en la Comunidad Valenciana. Con este estudio se busca dar respuesta a cuestiones sociales, culturales, económicas y turísticas. Se han de tener en cuenta los procesos sociales existentes en los festivales de música, los diferentes elementos que rodean a este fenómeno tales como empresarios, organizadores, prensa, administraciones públicas, organizaciones turísticas y público.

Para encontrar las respuestas a las hipótesis planteadas, se han utilizado métodos cualitativos, que según Jiménez-Domínguez (2000), (citado en Salgado, 2007), parten del supuesto de que el mundo social está construido a base de significados y símbolos, haciendo que la intersubjetividad sea una pieza clave de la investigación cualitativa y sirva como punto de partida para captar reflexivamente los significados sociales. De esta manera, desde la investigación cualitativa se busca obtener una comprensión profunda de la realidad social que es objeto de estudio, en este caso analizando cuatro festivales de música.

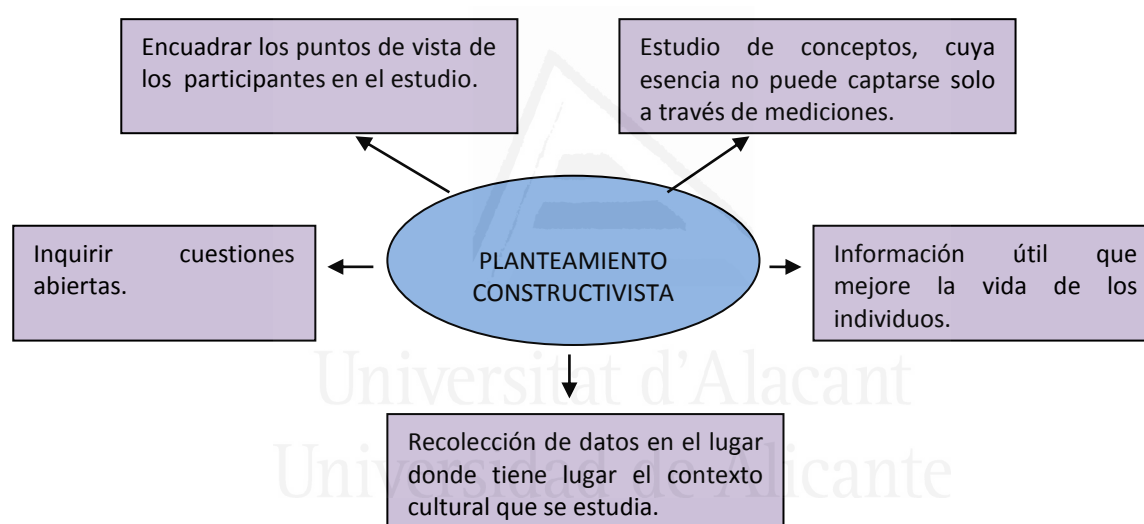
Más específicamente, J. I. Ruiz Olabuénaga (1989:13) hace referencia al estudio de Evelin Jacob (1987:1-50) en el que se enumeran los postulados básicos de la metodología cualitativa:

- Énfasis en estudiar los fenómenos sociales en el propio entorno natural en el que ocurren.
- Primacía de los aspectos subjetivos de la conducta humana sobre las características objetivas.
- La exploración del significado del actor.
- La predilección por la observación y la entrevista abierta (enfocada, en profundidad...) como herramientas de exploración.
- El uso del lenguaje simbólico (las "descripciones espesas" de Geertz) más bien que el de los signos numéricos (la estadística).

De esta manera, el investigador entra dentro del proceso de construcción social y es consciente de que el estudio está ligado a un contexto. Para ello se recurre a descripciones en profundidad, reduciendo el análisis a ámbitos limitados de la experiencia, usando la inmersión en los contextos en los que ocurre.

Esta tesis se ha proyectado desde un planteamiento constructivista en la que el investigador adquiere un papel protagonista como colector de la información. De esta manera, según exponen Hernández, Fernández & Baptista, (2006), este planteamiento constructivista aportará a la investigación lo planteado en la figura 11:

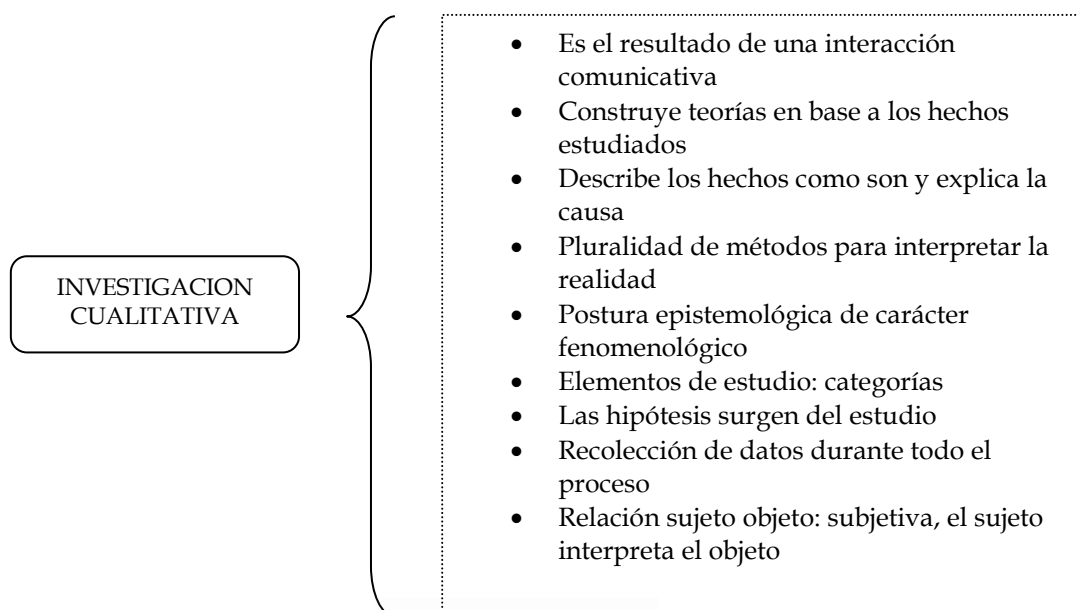
**Figura 11:** Planteamiento constructivista



Elaboración propia, Fuente: Hernández, Fernández & Baptista, (2006)

Por consiguiente, usando un método de investigación cualitativa, buscamos abordar profundamente en la realidad de estos cuatro eventos y sus repercusiones mediante el uso de métodos como la entrevista y los grupos de discusión, de un modo que permita flexibilidad con un diseño que puede ir ajustándose a las condiciones y escenarios.

**Figura 12:** Investigación cualitativa



Elaboración propia. Fuente: Rojano, J. (2010)

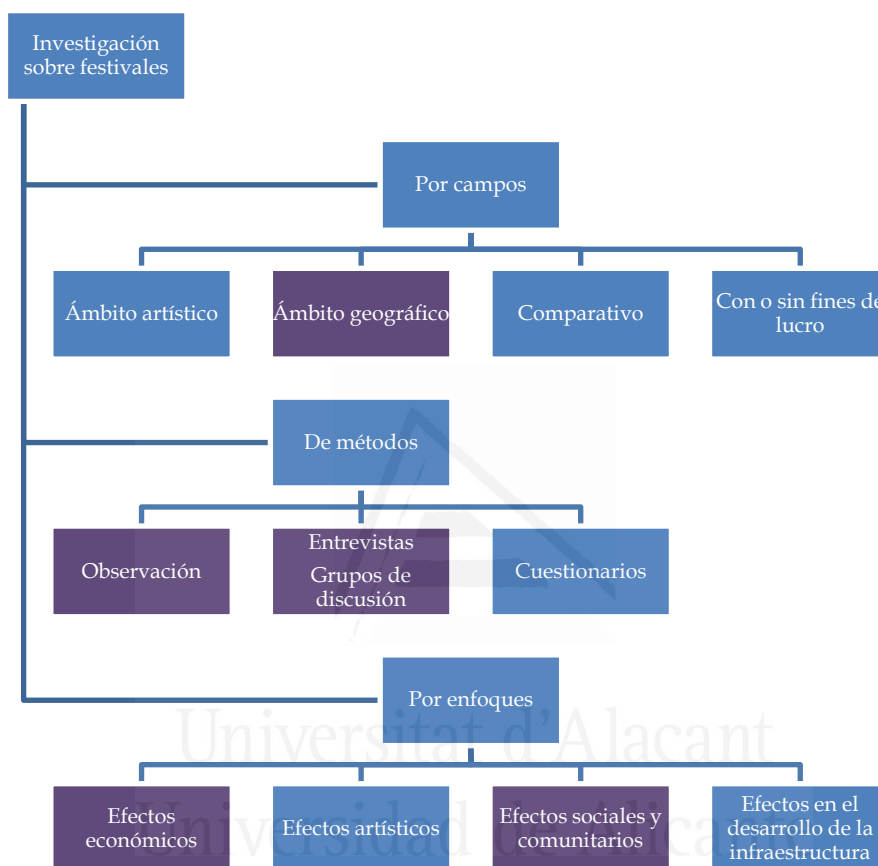
Se ha pretendido la obtención de un entendimiento profundo de esta realidad social, mediante el estudio de estos cuatro eventos. Descripciones detalladas de este fenómeno social y de las interacciones entre los agentes que lo conforman.

Así pues, la elección en el diseño de esta investigación se escoge de forma que permita entender la globalidad del fenómeno social de manera profunda, que no sería posible con métodos cuantitativos, los cuales fragmentarían esa realidad social con mediciones dando una visión parcial (Rodríguez, G. 1996).

El estudio de los efectos sociales y turístico-económicos de estos festivales se basa en observaciones, elaboración de un marco teórico que recopila la historia de estos eventos y el contexto social y musical a lo largo de las diferentes etapas, entrevistas y grupos de debate que componen un informe descriptivo, acompañado de la recolección de datos obtenidas de los diferentes agentes participantes en los eventos, tales como organizadores, administraciones o asistentes.

A continuación, en la Figura 13, se presenta una recopilación de los campos de investigación, metodologías y enfoques en cuanto a la investigación sobre festivales, situando en él los concernientes a esta investigación:

**Figura 13:** Ámbito, métodos y enfoques de la investigación.



● Ámbito, métodos y enfoques de esta investigación.

Elaboración propia, Fuente: J. Zoltán Szabó, (2010:5)

El objetivo de elaborar un diseño de investigación, es proporcionar un modelo de verificación que permita contrastar las teorías con los hechos. De esta manera, con la elaboración de un diseño de investigación, se encuentran la visión teórica del problema con los datos de la realidad afirmando o negando las hipótesis planteadas. Para ello se necesita definir además de qué se va a investigar, cómo se va a investigar. En la Figura 14 se muestra el diseño de esta investigación.

**Figura 14:** Diseño de ésta investigación:



Elaboración propia

**Investigación aplicada:** considerada así porque se busca dar respuesta a preguntas específicas. Esta investigación busca generar conocimientos para que puedan ser aplicados permitiendo el conocimiento de la realidad.

**Alcance temporal:** Transversal, porque la recogida de datos se ha realizado durante una cantidad de tiempo limitada.

**Objetivo:** El objetivo de esta investigación es descriptivo, fundamentado en el conocimiento de las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. De esta forma, se

busca definir como es y cómo se manifiesta un determinado fenómeno especificando las propiedades del objeto de investigación (Dankhe, 1986). En este estudio se miden y evalúan diversos aspectos, dimensiones e impactos de los Festivales Musicales, con el fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al desarrollo de los mismos.

**Carácter:** cualitativo, aplicando métodos de investigación cualitativa por medio de documentación, entrevistas y grupos de discusión.

**De campo:** investigación realizada en el terreno donde suceden los acontecimientos que se estudian, proyectando así la realidad. La investigación se centra en los agentes que forman parte en estos eventos.

**Dimensión temporal:** descriptiva, puesto que describe una serie de características en un período determinado. Se estudia el fenómeno en el presente.

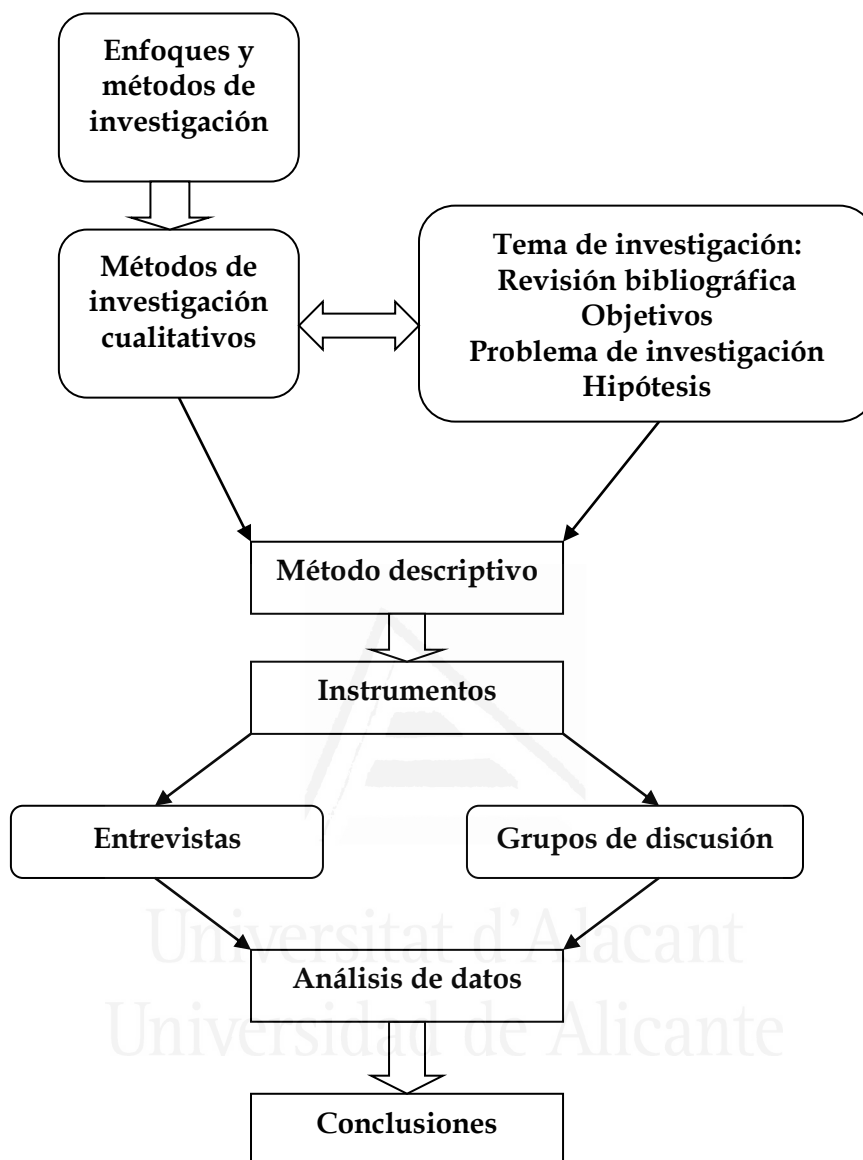
**Orientación:** de comprobación. Esta investigación busca contrastar teorías y explicar fenómenos comprobando las hipótesis planteadas.

**Macrosociológica:** ya que estudia los festivales de mayor importancia en la Comunidad Valenciana.

**Estudios:** los instrumentos que se utilizan en esta investigación, son la entrevista y los grupos de discusión de los que posteriormente se analizarán los datos que desprenden.

De este modo, una vez analizado el “¿qué?” se va a investigar y el “¿cómo?” se va a investigar, en el siguiente esquema (Figura 15), se muestra el procedimiento:

**Figura 15:** Procedimiento de investigación



Elaboración propia



### **3.7 FUENTES DE INFORMACION**

#### **Fuentes primarias**

Conocemos las fuentes primarias en investigación como las recogidas dentro del trabajo de campo. Para Bernal (2006) una fuente primaria “es conocida como información de primera mano o desde el lugar de los hechos”. Bernal A. (2006:175). Buonocore (1980:229) las define como “las que contienen información original no abreviada ni traducida”.

Esta información se obtiene a través de entrevistas realizadas a los agentes involucrados en la realización de los cuatro festivales que son el objeto de este estudio, entre organizadores, prensa, expertos, administraciones públicas, asistentes, empresas proveedoras y empresas del sector turístico y servicios. Para afianzar toda esta información y como ayuda a la obtención de conclusiones también se han realizado dos grupos de discusión a fin de ampliar el estudio de la realidad de estos cuatro eventos. De esta manera, se trata de dar un testimonio y evidencia directa del tema de investigación, ofreciendo un punto de vista desde el interior de estos eventos.

#### **Fuentes secundarias**

Buonocore (1980:229) las define como “aquellas que contienen datos o informaciones reelaborados o sintetizados”. Interpretan y analizan fuentes primarias y se centran en la recopilación de datos existentes de forma documental.

En la categoría de fuentes secundarias, para este estudio se han utilizado:

- Libros
- Tesis e investigaciones
- Revistas especializadas
- Diccionarios y enciclopedias
- Artículos de investigación
- Artículos de prensa
- Páginas Web oficiales de los eventos
- Documentales

### **El estudio de casos como método**

Según Stake (1998:125), el estudio de casos es “el estudio de la particularidad y la complejidad de un caso singular para llegar a comprender su actividad en circunstancias importantes”.

En esta tesis se pretende realizar un análisis en profundidad de los festivales musicales y sus efectos, a través del estudio de cuatro casos concretos. De tal manera que el estudio pueda ser útil para otras localizaciones.

Guazmayán (2004:141) sostiene que el hecho de que se describa un caso o casos, concretos y contextualizados, facilita su comprensión y reconoce la complejidad de la realidad social, pudiendo llegar a ofrecer alternativas interpretativas.

En investigación, llamamos casos a aquellas situaciones, eventos o entidades sociales únicas que merecen interés investigativo. En este caso son cuatro festivales, escogidos por su relevancia. Yin (1994: 13), sostiene que el estudio de casos se trata de:

“una investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto de la vida real, especialmente cuando los límites entre el fenómeno y su contexto no son claramente evidentes. (...) Una investigación de estudio de caso trata exitosamente con una situación técnicamente distintiva en la cual hay muchas más variables de interés que datos observacionales; y, como resultado, se basa en múltiples fuentes de evidencia, con datos que deben converger en un estilo de triangulación; y, también como resultado, se beneficia del desarrollo previo de proposiciones teóricas que guían la recolección y el análisis de datos.”

### **3.8 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

El método es el camino teórico de la investigación, mientras que las técnicas constituyen los procedimientos concretos que el investigador utiliza para lograr recopilar información. Las técnicas son específicas y tienen un carácter práctico y operativo. De esta manera, las técnicas son procedimientos o recursos fundamentales de recolección de información. En este trabajo las técnicas utilizadas han sido la observación, la entrevista, técnicas grupales y técnicas de investigación bibliográficas, destinadas estas últimas a la obtención de información a través de fuentes secundarias de información.

**Tabla 8:** Técnicas de recolección de información

<p><b>Técnicas directas o interactivas</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación participante</li> <li>• Entrevistas y cuestionarios</li> <li>• Técnicas grupales</li> </ul>
<p><b>Técnicas indirectas o no interactivas</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Documentación oficial</li> <li>• Documentación personal</li> </ul>

Elaboración propia, Fuente: Folgueiras (2009)

#### **Observación**

Será un elemento fundamental durante todo el proceso investigativo, con el fin de obtener el mayor número de datos posible.

- Observación directa y de campo: entrando en contacto con el fenómeno a investigar, asistiendo a los festivales. Observación descriptiva realizada en el lugar donde ocurren los hechos, propia de la investigación social.

- Observación indirecta.: mediante libros, revistas, documentales, artículos y documentación oficial ya existente acerca de los festivales musicales.

### **Entrevista**

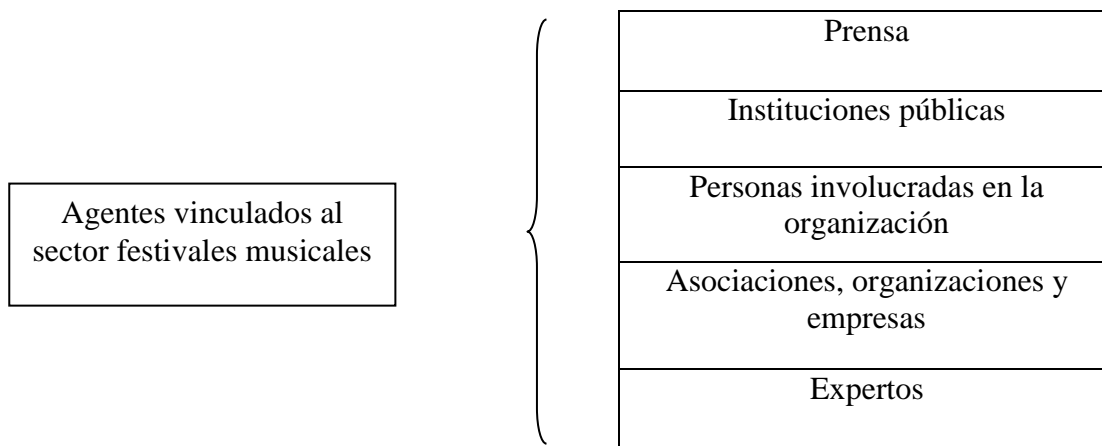
La entrevista es uno de los instrumentos más utilizados para las investigaciones de carácter cualitativo, supone una estrategia útil y necesaria en las investigaciones de tipo social, manteniendo un dialogo intencional entre entrevistador y sujeto investigado, con el fin de recabar información respondiendo a preguntas que respondan a las cuestiones fundamentales de la investigación.

Para la realización de este estudio se utilizarán entrevistas semi-estructuradas, con una estructura y unas preguntas planificadas previamente para recoger ciertas informaciones, pero con libertad de acción ante los temas que puedan surgir.

### **Aplicación de la entrevista**

La selección de las personas entrevistadas para este trabajo, se determina en función de la posición jerárquica e involucración en las organizaciones del sector, y como un requisito indispensable, la disposición para colaborar con la misma. Como resultado se aplicaron las entrevistas a 34 personas vinculadas con el sector de los festivales desde cinco frentes expuestos en la Tabla 9:

**Tabla 9: Agentes vinculados al sector festivales entrevistados**



En la Tablas 10, 11, 12, 13 y 14 se muestran la relación de todos los entrevistados dividido en cinco sectores.

**Tabla 10:**

ENTREVISTADOS DEL SECTOR PRENSA

D. Juanma Játiva Sevilla	Entregada por escrito, Madrid, 16 de Mayo de 2014.	Redactor colaborador de <i>El País</i> .
D. Carlos G. Arcaya D. Juan Francisco Corredera	Alicante a 25 de Abril de 2014, 18:00.	(Jefe de contenidos) y (Locutor profesional y Coordinador Emisoras Musicales); <i>Cadena SER</i> en Alicante.
Dña. Eva Bellido	Benicasim 19 de Febrero de 2014.	Directora del diario digital <i>Todobenicassim.com</i> y periodista del diario Mediterráneo.
D. Víctor Lenore	Entregada por escrito, Madrid, 16 de Mayo de 2014.	Periodista y crítico musical. Escritor para medios como <i>Rockdelux</i> , <i>Elle</i> , <i>La Razón</i> , <i>Ladinamo</i> o <i>Rolling Stone</i>
Dña. Gisela Plasencia	Entregada por escrito, Valencia, 30 de Abril de 2014.	Directora de contenidos Comunidad Valenciana <i>ElClubExpress.com</i> .

**Tabla 11:**

ENTREVISTADOS DEL SECTOR ORGANIZACIÓN

D. Ernesto González	12 de Marzo de 2014.	Director de Comunicación del Festival Internacional de Benicasim.
D. Filippo Giunta	16 de Abril de 2014.	Director del festival Rototom Sunsplash.
D. Tomás Abril	Entregada por escrito el 8 de Mayo de 2014.	Prensa y Community manager del Festival Arenal Sound.
D. Pedro Jiménez	28 de Mayo de 2014.	Miembro del Equipo de Coordinación de ZEMOS98. Organizador el festival audiovisual ZEMOS98 desde el año 1999.

**Tabla 12:**

ENTREVISTADOS DEL SECTOR ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

D. Sebastián Fernández	12 de mayo de 2014.	Director General de Turismo de la Comunidad Valenciana.
Dña. Carolina San Miguel	19 de Febrero de 2014.	Concejala de Fiestas del Ayuntamiento de Benicasim.
Dña. Mercedes Lozano Esteban	19 de Febrero de 2014.	Técnico de Turismo Ayuntamiento De Benicasim.
Dña. Belén Sierra	9 de Abril de 2014.	Concejala de Turismo en el Ayuntamiento de Burriana.
D. Conrado Hernández	14 de Enero de 2014.	Concejal de Comercio. Portavoz, Presidencia, Festivales y Eventos, Comercio, Industria, Consumo, Muestras y Mercados.
D. Llorenç Cervera Almintana	10 de Enero de 2014.	Director de Servicios Culturales del Ayuntamiento de Benidorm.
D. Francisco Ruiz Muñoz	10 de Enero de 2014.	Secretario General de Relaciones Institucionales Sindicato Comarcal La Marina. Comercio, Hosteleria, Turismo y Juego (CHTJ).
D. Antonio Pérez Pérez	14 de Enero de 2014.	Portavoz del Grupo Municipal del Partido Popular.
Dña. Eva Segarra	14 de Enero de 2014.	Técnico de Turismo en el Ayuntamiento de Benidorm, Concejalía de Turismo.
D. Salvador Andrés Stüble	7 de mayo de 2014.	Departamento de promoción, Patronato Provincial de Turismo de Castellón.

**Tabla 13:**

ENTREVISTADOS DEL SECTOR ASOCIACIONES, ORGANIZACIONES Y EMPRESAS

D. Joaquín Muñoz Orega	19 de Febrero de 2014.	Responsable de Agencia de Empleo y Desarrollo local de Benicasim (ADEL).
D. Luis Bas	11 de Marzo de 2014.	Presidente de la Asociación de Empresarios Hosteleros de Benicasim (EHOSBE).
D. José María López	20 de Marzo de 2014.	Presidente de la Asociación de Empresarios de Campings de Castellón (APECCS) y de la Federación de Campings de la Comunidad Valenciana.
D. Rafael Pallares	27 de Febrero de 2014.	Presidente Asociación Empresarios Turísticos Benicassim y dueño del Hotel Voramar.
D. Manuel Usó	16 de Abril de 2014.	Presidente de la Asociación de Comerciantes de Burriana.
D. Rafael Gasent Vallalta	10 de Enero de 2014.	Presidente de la Asociación Independiente de Comerciantes De Benidorm y Provincia (AICO).
Dña. Nuria Montes de Diego	14 de Enero de 2014.	Secretaria General de Asociación Empresarial Hostelera de Benidorm Costa Blanca y Comunidad Valenciana (HOSBEC).
Dña. Yolanda Pickett	14 de Enero de 2014.	Directora Gerente Fundación Turismo Benidorm

**Tabla 14:**

ENTREVISTAS DEL SECTOR EXPERTOS

D. David Hernández Beltran	18 de Marzo de 2014.	Responsable de comunicación, contenidos y social media en <i>cuatroochenta.com.</i> ; Profesor Universitat Jaume I de Castellón. Asesor de comunicación en Rototom Sunsplash European Reggae Festival.
D. Santiago Gimeno	27 de Marzo de 2014.	Director en comunicación, CEO y Cofundador en Sanahuja&Gimeno. Director del Curso de Experto en Comunicación y Marketing online en Cámara de Comercio de Castellón.
D. Manuel Herrera-Usagre	Entrevista entregada por escrito el 29 de Abril de 2014 y parte telefónica	Técnico de Investigación en Agencia de Calidad Sanitaria de Andalucía. Profesor sustituto interino en Universidad de Sevilla. Investigador en Fundación Centro de Estudios Andaluces. Director contrato I+D en Universidad Internacional de Andalucía (UNIA) Univ. Pablo Olavide (UPO) Especialista en consumo y prácticas culturales.
D. Emmanuel Négrier	Entregada por escrito y telefónica , el 12 de mayo de 2014	Doctor en Ciencias Políticas, Universidad de Montpellier. Autor: Los públicos de los festivales ¿paradigma de un cambio de comportamiento en Europa? Investigador del CEPEL / CNRS.
D. Tino Carreño Morales	10 de Abril de 2014	Profesor, investigador y tutor de proyectos del Programa de Gestión Cultural de la Universidad de Barcelona. Autor de la tesis: “Los modelos de gestión y producción de los festivales de artes escénicas en España: Un análisis centrado en la gestión económica, gestión de recursos humanos y estrategias de comunicación y difusión”.
Dña. María Devesa Fernández	9 de mayo de 2014,	Doctora en Ciencias Económicas Departamento de Economía Aplicada, Universidad de Valladolid.



### **El grupo de discusión**

Se ha utilizado esta técnica de investigación cualitativa como complemento a las entrevistas, por ser especialmente conveniente para recabar datos relativos a las percepciones, opiniones, creencia, intereses y actitudes de un grupo de personas implicadas en un determinado objeto de estudio. Krueger (1991:24), lo define como una conversación cuidadosamente planeada, diseñada para obtener información de un área de interés.

Los grupos de discusión, también denominados como entrevistas grupales, cuentan con una larga tradición dentro de la investigación sociológica. Según Suárez (2005:51-53), la utilización de este instrumento de investigación ofrece información de primera mano, promueve la interacción grupal, tiene un carácter abierto y flexible, estimula la participación y agiliza la obtención de información con un coste relativamente reducido. Además, el uso de los grupos de discusión permiten el acceso a aspectos internos de la persona, como sentimientos y actitudes, Callejo (2001:173-174) destaca, la posibilidad de observar los comportamientos no verbales así como la generación de una gran cantidad de datos y de hipótesis de investigación.

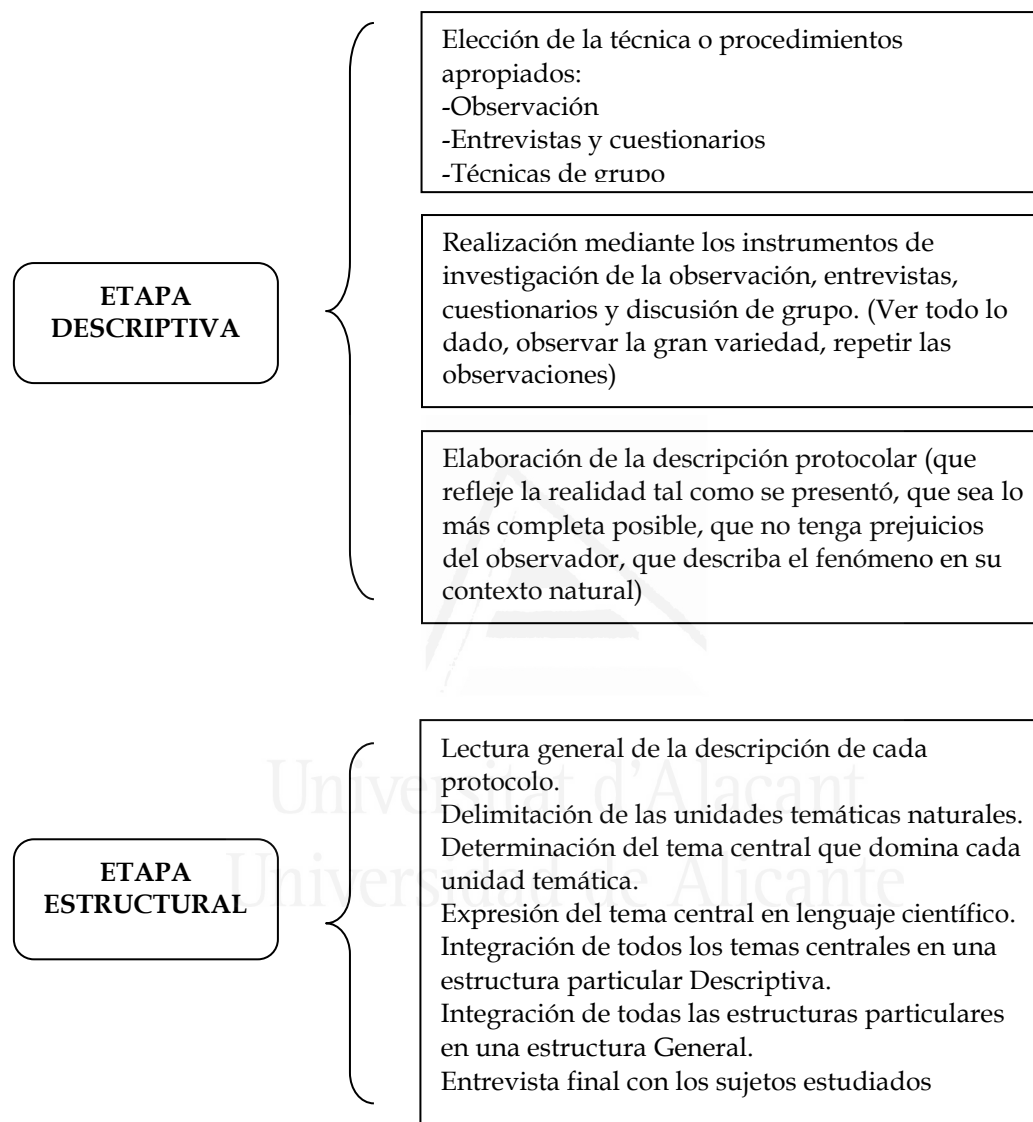
Para esta investigación se han realizado dos grupos de discusión con dos perspectivas diferenciadas para analizar un mismo fenómeno:

Grupo de discusión 1: Formado por organizadores de festivales, empresarios del sector servicios de ocio y asistentes continuados a festivales mayores de 30 años.

Grupo de discusión 2: Formado por asistentes a festivales con edades comprendidas entre 19 y 20 años, cuya experiencia ante el fenómeno de estudio es relativamente corta, (asisten a festivales desde hace unos cuatro años como máximo). Conocen el fenómeno festival tal y como es en la actualidad.

Una vez definidos los instrumentos que se han utilizado en esta investigación, se delimitan las dos principales etapas de la misma, mostradas en la Figura 16:

**Figura 16:** Etapas de la investigación



Elaboración propia en base al esquema de Marcelino Zabala Espejo (2009)

### **3.9 ANÁLISIS DE DATOS**

En este apartado se procede a explicar cuál será el tratamiento de los datos obtenidos con los diferentes instrumentos de recogida. Según el esquema que se puede observar a continuación, formaría parte de la tercera fase de la investigación.

**Tabla 15:** Fases de investigación

<b>FASES</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>
PREPARATORIA	-Experiencia previa del investigador -Lectura de trabajos -Experiencias significativas
TRABAJO DE CAMPO	-Acceso al campo -Muestreo y selección de sujetos -Recogida y registro de la información
ANALÍTICA	-Reducción y análisis de datos -Obtención de resultados -Verificación de conclusiones
INFORMATIVA	-Resumen de los hallazgos obtenidos -Presentación y difusión de resultados

Elaboración propia, Fuente: Rodríguez (1996)

La investigación cualitativa tiene como característica que aunque muchas veces estudie a un número no muy grande de personas, la cantidad de información obtenida es muy grande (Álvarez-Gayou, 2005) y hay una gran variedad de fuentes y formas de datos.

En este trabajo de investigación se obtiene información a través de entrevistas abiertas y estructuradas, documentos, registros, videos y grupos de discusión. Una vez recogidos los datos se necesita un plan de análisis que nos ayude a manejar tal cantidad de datos. Para una comprensión en profundidad del escenario que se estudia, Taylor & Bogdan (1990) proponen un enfoque de análisis basado en tres etapas; Descubrimiento, Codificación y Relativización.

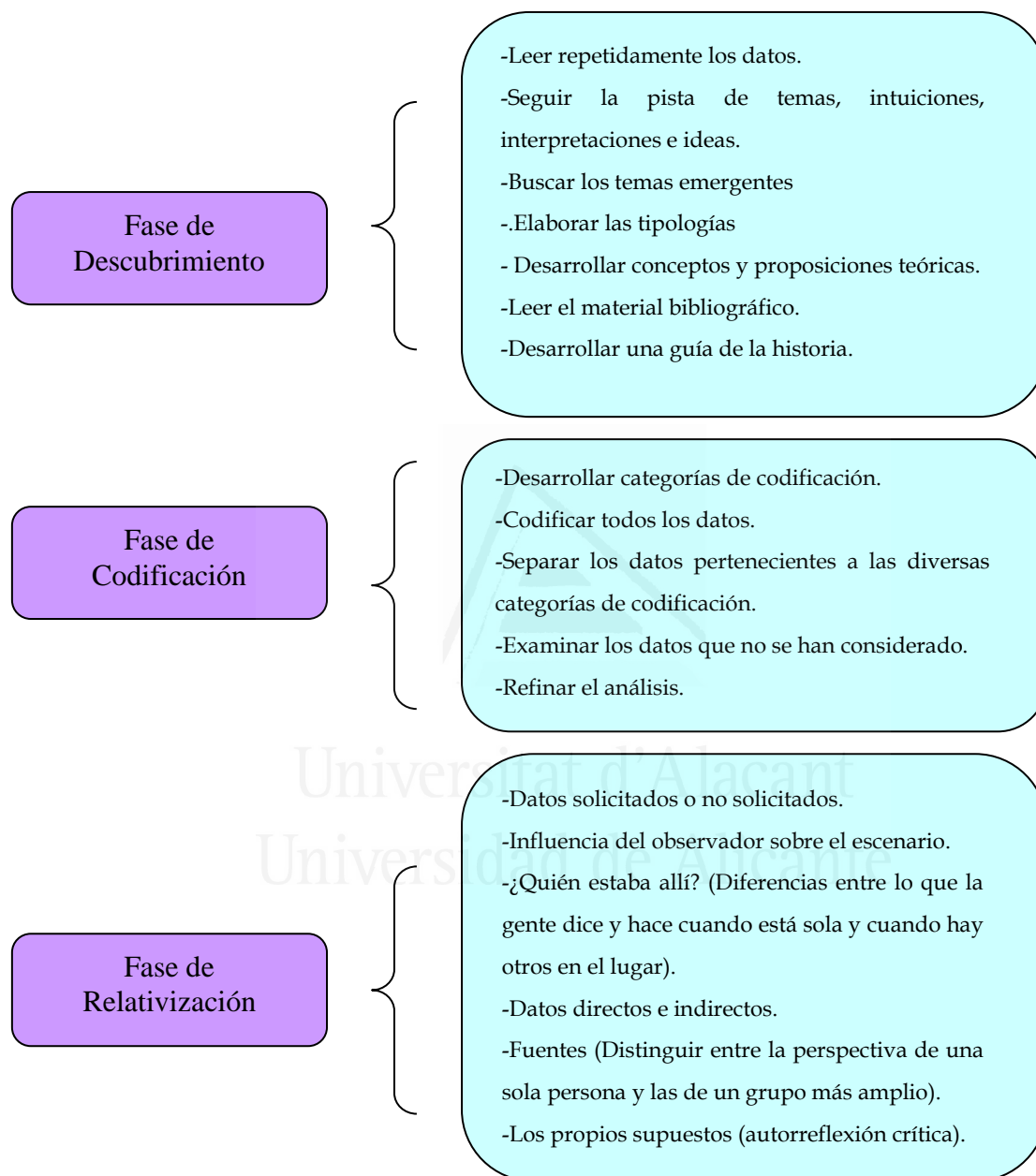
- La fase de Descubrimiento se basa en la búsqueda de temas examinando todos los datos posibles.
- La fase de Codificación se fundamenta en la reunión y análisis de todos los datos referidos a temas, ideas, conceptos, interpretaciones y proposiciones,
- La fase de Relativización de los datos es la interpretación de los datos dentro del contexto en el que fueron recogidos.



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

Las acciones que los autores proponen para estas tres etapas, están representadas en el siguiente esquema:

**Figura 17:** Etapas propuestas de investigación



Elaboración propia. Fuente: Taylor & Bogdan (1990)

La extracción de los datos significativos para los objetivos del estudio, la organización y el procesamiento de los mismos, será una tarea esencial para la generación de conceptos, proposiciones, modelos, y teorías. (Coffey y Atkinson 2005). Marcelo (1995:42) expone que “dar sentido a los datos cualitativos significa reducir notas de campo, descripciones, explicaciones, justificaciones, etc., más o menos prolijas hasta llegar a una cantidad de unidades significativas y manejables”. De esta manera, una vez recolectados los datos y transcritos, se empezará un proceso de codificación que permitirá la condensación de los mismos en unidades analizables.

Una vez recogidos los datos Huberman & Miles (2000) sugieren:

- La reducción de datos, mediante la selección y condensación.
- La presentación de datos, facilitando una mirada reflexiva mediante diagramas, resúmenes, croquis...
- La elaboración y verificación de conclusiones.



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

# **CAPITULO IV**

## **HISTÓRIA Y**

## **EVOLUCIÓN**

## **MUSICAL:**

## **FESTIVALES**

## **MUSICALES**





Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

## **4.1 LOS FESTIVALES Y SU CICLO DE VIDA**

Un modelo para determinar el ciclo de vida de un festival fue propuesto por Beverland et, al. (2001), en una investigación sobre el enfoque que tomaban las regiones productoras de vino para atraer turistas. Este modelo sirve para describir las fases en el ciclo de vida de los eventos, describiendo y explicando su desarrollo con el transcurso del tiempo y también la evolución en el área turística.

El modelo postula el ciclo vital del evento en seis fases<sup>10</sup>:

1º. La concepción; en la cual las organizaciones desarrollan el concepto y los objetivos de evento.

2º. Fase de lanzamiento; que supone el hecho de crear la conciencia del evento, ganándose a los consumidores y atrayendo así a los medios de comunicación.

3º. Fase de crecimiento; cuando el evento ha ganado masas críticas de consumidores, la tarea de los organizadores es la de retener a estos consumidores a la vez que gana otros nuevos.

4º. Fase de consolidación; enfocar el evento teniendo en cuenta los objetivos principales del mismo, aplicando los cambios convenientes sin realizar un cambio radical.

5º. Fase de declinación; la falta de consolidación puede llevar a la declinación. La percepción de los consumidores en cuanto al evento se va deteriorando y es necesario intervenir.

6º. Fase de renacimiento; creando una nueva imagen y apostando por ella para atraer nuevos consumidores.

Los festivales más grandes y conocidos suelen mantener su posición en la fase de consolidación, pero la mayoría de los festivales no son tan exitosos y llegan a la fase de declinación.

---

<sup>10</sup> Beverland. (2001), citado en Jane Ali-Knight et al (2009) *International Perspectives of Festivals and Events: Paradigms of Analysis*. Oxford: Elsevier Science, p.208

### **4.1.1 Los festivales a lo largo de la historia**

Según la historia, los festivales empezaron siendo un conjunto de celebraciones en honor a los Dioses. Ya en el 4.500 a.C, los egipcios realizaban estos festivales acompañados de música y danza. Les siguieron los griegos y romanos. En la Edad Media, se hacían competiciones de música que eran patrocinadas por los gremios. Mucho más tarde, en 1897 se celebró el festival de música irlandesa en Dublín. A partir de ahí, empezaron a celebrarse los festivales de música primero en EE.UU y luego en Europa.

La celebración de fiestas siempre ha estado unida a acontecimientos trascendentales de la vida cotidiana. En un inicio mediante ritos y ceremonias conmemorando eventos de carácter religioso y con el paso del tiempo incorporando elementos de carácter cultural, social, lúdico y recreativo.

El origen de los rituales en las fiestas primitivas, está asociado normalmente con la religión y la necesidad del hombre de expresar su identificación con el medio y lo trascendente. De este modo, cuando el hombre consiguió imitar los sonidos de la naturaleza, distinguiéndolos de los que formaban parte de la estructura de su lenguaje se originaron los cimientos de la música.

"comenzaron a perfilarse las primeras expresiones musicales asociadas a un hecho colectivo: rituales funerarios, cacerías y ceremonias vinculadas a la fertilidad formaban parte de una cotidianidad de la que la música había entrado a formar parte por derecho propio, (J. Navarro et. al.1998: 6)

En el periodo predinástico, 4500 antes a.C., encontramos los festivales egipcios, que básicamente eran ritos y ceremonias religiosas o políticas en los que aparecían la música y el baile como celebración. Desde 1539 hasta 1069 a.C, el festival de Opet fue considerado como uno de los más importantes en todo Egipto. Se trataba de una fiesta ritual para honrar al dios Amón en el que se realizaba una ceremonia que incluía una procesión, música y bailes.

En la antigua Grecia, las fiestas en honor a los dioses imponían un ritmo en la vida política y cotidiana de la ciudad. Las fiestas se sucedían según los calendarios sagrados y durante su celebración se veía temporalmente suspendido el orden social y servían para

reforzar el cohesión social y mostrar poder frente a los extranjeros. También empezaron varias fiestas panhelénicas con las celebraciones de juegos atléticos: los Juegos Píticos; los Juegos Ístmicos; los Juegos Nemeos; y los Juegos Olímpicos. Estas fiestas no se trataban solo de celebraciones deportivas, sino que también suponían algo cultural, social y religioso. En ellas se congregaba a masas de gente, gobernantes, literarios, eruditos, y daban cabida a hacer acuerdos políticos, reuniones literarias y de muchas índoles, dándole un carácter social y de esparcimiento a las fiestas.

Con la llegada del cristianismo, se establecen los calendarios festivos alrededor de las celebraciones religiosas revitalizando el carácter social de las mismas y la representación de las culturas locales. De esta manera, en su evolución en el tiempo, la fiesta ha contribuido a las reuniones de grupos de personas, la cohesión e interacción social, representaciones culturales, definición de los patrones de identidad en las localidades y regiones, socialización e intercambios culturales y aprendizaje social.

“Como toda forma y convención de interacción social, las fiestas están marcadas por la cultura y la historia, y en consecuencia, sujetas a un cambio permanente. Son básicamente la expresión del grado de diferenciación del *statu quo* social, pero también una ocasión para su modificación.” (Martínez Ubárnez, 2009)

De esta manera, las fiestas fueron evolucionando a lo largo de la historia, siendo vistas cada vez más ya en la era moderna como una oportunidad lucrativa. Desde sus orígenes, las fiestas han ido unidas a las interacciones sociales, el ocio y las actividades culturales, como las representaciones musicales. Ya en la era moderna se ven los primeros festivales cuya actividad principal son los conciertos musicales.

Este estudio se centra en el estudio de los festivales y eventos musicales a partir de la década de los cincuenta, donde aparece una mayor concentración de este tipo de eventos tal y como los conocemos hoy en día. En los años veinte se encuentran ejemplos como el Festival de Salzburgo (Mozart Fest), en 1920 (Salzburgo), o el Ole Time Fiddler's and Bluegrass Festival, en 1924 (Carolina del Norte).

Los años treinta dan comienzo con una gran crisis mundial tras la caída de la bolsa de Nueva York de 1929. A causa de la situación económica se produjo el traslado de muchos

músicos norteamericanos al continente europeo en busca de trabajo. Una nueva corriente musical inundó así Europa, el jazz comenzó a escucharse en salas de actuaciones dando origen a los *hot clubs*<sup>11</sup>. Como ejemplo de festivales en la primera etapa de esta década, el Festival de Berkshire (Massachusetts) o el Festival de ópera de Glyndebourne (Inglaterra), ambos con su comienzo en 1934.

En la segunda mitad de la década comienza lo que popularmente se llamó la era del swing, originario del jazz y con el uso de los mismos instrumentos, se empezó a popularizar este estilo musical venido del continente americano y caracterizado por la improvisación, los ritmos y los silencios. En el proceso de comercialización de este estilo musical nacen las Big Bands, orquestas formadas por un gran número de instrumentistas.

En la década de los cuarenta dan comienzo el Llangollen International Musical Eisteddfod, en 1947 (Gales); el Aldeburgh Festival, en 1948 (Inglaterra); o el Aspen Music Festival, en 1949, Aspen (Colorado). En la década de los cincuenta el Festival de Jazz de Newport, en 1954 (Newport); Festival de Música y Teatro, en 1958, Osaka (Japón); Spoleto Festival, en 1958 (Italia).

Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

---

<sup>11</sup> Salas de actuaciones para músicos de jazz que tuvieron su apogeo en la década de los años treinta en Estados Unidos y en Europa.

## **4.2 ORIGENES Y CONTEXTO SOCIAL: LA MUSICA ROCK**

Soñé que estaba en un cielo de adolescentes,  
Vi a todas sus estrellas allí,  
había una puerta dorada,  
con una estrella dorada;  
y la atravesé.  
Y allí estaban todas las  
estrellas de los  
adolescentes que  
conocíamos.  
(Leen-age Heaven,  
Compuesta por  
Jack Gale y Johnny Cymbal)

Comprendemos la música como un medio de comunicación que ha servido a lo largo de la historia para transmitir mensajes al público hacia el que iba dirigida.

Dentro de las pocas décadas que conforman la historia de la música rock, ésta ha servido de vehículo de transmisión de ideas, sentimientos, épocas, modos de vida e ideologías. Dentro de la música rock ha habido siempre cierto simbolismo con el caos, la transgresión de los límites y la ruptura con los moldes vigentes. El rock supuso un cambio en los modelos musicales, así como Wagner ya rompiera con las formas de tradición musical europeas desarrollando un nuevo concepto musical. También sucedería lo mismo con otras corrientes artísticas, suponiendo cambios drásticos en lo que hasta el momento era conocido como arte, como el expresionismo, impresionismo, surrealismo, el dadá, etc.

La música ha tenido siempre un importante papel en la socialización y en la formación de la identidad de los más jóvenes. El poder de la música sobre la mente humana es algo sobre lo que se ha tenido conciencia siempre. Ya en las culturas más antiguas se dio especial importancia a música. Los filósofos griegos le daban un papel importante en la educación y formación, Aristóteles incluso advertía que la música podía ayudar en el desarrollo del carácter.

En su obra *República*, libro III, Platón nos habla de la educación y la importancia de formarse en tres disciplinas: la música, para formar el alma; la gimnasia, para formar el cuerpo; y la filosofía, para formar el carácter. “La música es la parte principal de la

educación, porque insinuándose desde muy temprano en el alma, el número y la armonía se apoderan de ella, y consiguen que la gracia y lo bello entren como un resultado necesario en ella, siempre que se dé esta parte de la educación como conviene darla, puesto que sucede todo lo contrario cuando se desatiende” (Platón, 2004:110).

Platón aseguraba que la música es alimento de la virtud. La música era fundamental para su idea de república, que sostenía que toda innovación musical estaba llena de peligros para toda la ciudad, que no se pueden tocar las reglas de la música sin alterar las leyes fundamentales de la gobernación. Platón insistía en que el poder de la música podía destruir o revolucionar a la sociedad, porque era con la música donde se podía insinuar la ilegalidad, siendo algo a primera vista poco perjudicial. Una forma de ocio que desapercibidamente entra en las costumbres de los ciudadanos, pudiendo llegar a transformar la vida pública y privada. (Platón, 2004).

Citando a Koellreutter (1993), quien declaró, en un comentario sobre "Chacone" de Bach, en la radio cultura FM de Sao Paulo, en agosto 1993: "La música expresa las manifestaciones espirituales. La música es un lenguaje y, como lenguaje, es un medio de transmisión. Se transmite algo: un mensaje, una pieza de información y así sucesivamente. Yo diría entonces que la música es, entre otras cosas, un lenguaje, y es capaz de transmitir manifestaciones espirituales".

La música rock además de suponer un gran cambio en las corrientes musicales del momento, en poco tiempo empezó a ser una herramienta de comunicación de masas. En la década de los sesenta había llegado a prácticamente todo el espectro social occidental, convirtiéndose así en un método de comunicación.

“El hombre para existir tiene la necesidad de crear, de verificar sus intuiciones. El arte, la creatividad, la música, le permiten expresarse libremente, comunicar sus emociones, guardando el contacto permanente consigo mismo, con la naturaleza, la humanidad y el universo.” (Glowacka. D. 2003:58)

Los principales mensajes que llevaban la música rock eran de solidaridad grupal, racial, sexual y de clase, asumiendo la función clásica que Durkheim (1975) atribuía a “lo

sagrado”: la de ensalzar y reforzar la integración grupal, mediante una búsqueda compartida del simbolismo asociado al caos y la ambigüedad.

El término "*rock and roll*" era usado en su origen por los marineros, refiriéndose "*rock*" al movimiento hacia atrás y delante, y "*roll*" al movimiento hacia los laterales del barco. El término empezó a usarse en la música negra el siglo XIX, pero con un significado religioso, y fue grabado por primera vez en soporte fonográfico en 1916, en una grabación de gospel en el sello Little Wonder llamado *The Camp Meeting Jubilee*.

Rock es un vocablo inglés que hace referencia a un género musical de ritmo muy marcado, que empezó a popularizarse a partir de la década de los cincuenta y que nace con la fusión de varios estilos, entre ellos el blues, el rhythm and blues y el country. En la actualidad, el término rock es utilizado para nombrar a los estilos modernos derivados del rock and roll.

Por tanto, el término rock deriva del término *rock and roll*, y en la actualidad conserva según la Real Academia de la Lengua Española, dos significados: un género musical característico y popularizado en los 50' (que correspondería con la definición de rock and roll) y cada uno de los diversos géneros musicales derivados del rock and roll, (que sería, por tanto, la definición del género contemporáneo música rock). (RAE: *Rock*; RAE: *Rock and Roll* ).

Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante



## **4.3 DECADA DE LOS CINCUENTA**

### **4.3.1 Contexto internacional**

En Estados Unidos las comunidades negras en años de esclavitud, desarrollaron un potencial musical en el que predominaban los cánticos religiosos, que con las influencias de los ritmos y sonidos africanos fue dando lugar al estilo musical denominado blues. Por otra parte, los blancos influenciaron con el género llamado country, produciéndose el nacimiento del rhythm and blues, padre del rock and roll. Uno de sus precursores fue Muddy Waters en 1949.

Las primeras canciones que se pueden ver con el término *rock and roll* incluido en las letras serían *Rock and Rolling* (1939) de Bob Robinson y *Rock and Rolling Mamma* (1939) de Buddy Jones y Cherry Red (1939), o llevaban el término en su título (Paul Bascomb en 1947, Wild Bill Moore en 1948 y Doles Dickens en 1949). Estas canciones se considerarían aún dentro del rhythm and blues.

Se empezó a utilizar el término "*rocking*" por los afroamericanos para denominar la "posesión" que se podía experimentar en eventos religiosos y la música que en ellos se escuchaba. En 1951 se empezó a utilizar el término "*rock and roll*" para denominar a este tipo de música.

El origen del Rock and Roll, nace de una fusión de distintos géneros de música afroamericana. En 1947, Roy Brown hizo una canción de blues llamada "*Good Rocking Tonight*", que era una parodia del gospel, donde, en la canción la gente acudía a una iglesia a "rockear", no en el sentido religioso de la palabra sino a bailar de un modo sexual. Tras el éxito de "*Good Rocking Tonight*" muchos otros artistas de rhythm and blues usaron títulos similares para sus canciones a finales de la década de los cuarenta, como Wild Bill Moore que hizo una canción llamada "*Rock and Roll*" en 1949.

Alan Freed fue un disc-jockey estadounidense que pasó a ser reconocido internacionalmente por promocionar música rhythm & blues afroamericana en radios de los Estados Unidos y de Europa bajo el nombre de *rock and roll*, refiriéndose a los movimientos relacionados con el acto sexual, aunque el estilo ya venía dibujándose con anterioridad con artistas como Fast Domino, Lloyd Price, o Billy Halley que se

popularizó con el tema *Rock Around the Clock*, Chuck Berry y el internacionalmente conocido Elvis Presley que a los 21 años ya era una estrella de la música, y a lo largo de la historia se le sigue considerando como el “rey del rock”.

La fusión entre estilos blancos y negros, marcarían la distinción en la música creando el *Rock & Roll*. Así empezó una moda de cantar blues con un compás de góspel y Wynonie Harris hizo una versión de "*Good Rocking Tonight*", comenzando así la moda "rocking". A partir de 1952 se empieza a ver el rock and roll cada vez más caracterizando en baladas de amor de grupos vocales como Crows, Ravens, Orioles, Cardinals, y otros de ese mismo estilo. Las caras B de los discos que sacaban estaban destinadas por regla general a temas rápidos de baile denominados "rockers".

El carácter de los músicos que componían rock, su vestuario, las letras provocativas y contestatarias de sus canciones, sería atacado duramente por los sectores más conservadores de la política y la religión. Asa Carter, secretario del North Alabama White Citizens Council, declaró en mayo de 1956: “A través del rock ‘n’ roll el hombre blanco queda rebajado al nivel inferior del hombre negro. El rock ‘n’ roll es parte integrante de un complot para socavar la moral de la juventud de nuestro país. Tiene carácter sexual, inmoral, y es el mejor camino para fusionar ambas razas”.<sup>12</sup> (Salas, 2001:22)

La década de los cincuenta, fue una época con grandes cambios en el ámbito social, económico y cultural, con vastas transformaciones en la música y el cine. El crecimiento económico provoca un aumento en el consumo, popularizándose la televisión y la promoción del turismo y creándose el “american way of live”, como un nuevo modelo de vida americano.

F. Salas (2001), nos habla de una nueva generación narcisista y ególatra de los años 50, que se enfrenta al puritanismo, la intolerancia sexual, el anticomunismo y la segregación racial propias de la moral norteamericana de la época. El autor plantea el rock and roll como un factor sexualizante, contribuidor a la anarquía de las barreras y favorecedor para la fusión entre razas, en el cual la generación más joven se cobija como síntoma de rebeldía hacia la sociedad.

---

<sup>12</sup> Kaiser. Rolf Ulrick, (1974) *El mundo de la música pop*. Barcelona, Barral, citado en: Fabio Salas Zuñiga, (2001) *El grito del amor: una actualizada historia temática del rock*. Santiago: Editorial LOM

“El Rock and Roll no es un arte políticamente comprometido, la subversión se da en sus aspectos extraliterarios, ya sea la misma música, la vestimenta o la ceremonia grupal; el mensaje, ya se ha dicho, aun en sus creadores más avanzados, no tiende a adoptar una postura crítica frente a la realidad, tampoco presenta programas existenciales a seguir, sólo rescata el aspecto aglutinador, la eclosión sociológica de una generación que por primera vez adopta, aunque vagamente, cánones y posturas propias, principiando lo que llegará a ser una verdadera transformación en el estilo de vida de la sociedad occidental de la segunda mitad del siglo XX”. (Salas, 2001:25)

No se puede saber en qué momento preciso fue el nacimiento del rock and roll, pero sí que fue en algún momento de la década de los cincuenta, aunque según las palabras de Joe Boyd, productor y escritor norteamericano, “el nacimiento del rock” fue en los sesenta.

Nacían con el "rock and roll" nuevos estilos de música, como por ejemplo el caso de los cantantes de country de Estados Unidos, que empezaron a añadir "rock and roll" a su "hillbilly boogie" naciendo de su mezcla el "rockabilly", con artistas como Eddie Cochran o Gene Vincent. Ambos, grandes influencias para el desarrollo de rockabilly en años sucesivos y compositores de algunos de los temas más versionados de todos los tiempos, como el “*Summertime Blues*” de Cochran, o el “*Be-Bop-a-Lula*” de Vincent. Otro ejemplo lo encontramos en el estilo zydeco, nacido de la mezcla de música cajun con el "rock and roll".

El 2 de mayo de 1954 aparece por primera vez el "rock and roll" en la televisión de Estados Unidos, en el Colgate Comedy Hour con la aparición de The Treniers. A partir de ese momento se produce una gran explosión del "rock and roll" con nombres como Elvis, Bill Haley, Chuck Berry o Little Richard.

El hecho de considerar a Elvis como el creador, principal promotor y “Rey del rock”, tiene mucho que ver con su personalidad, con su carisma, sus movimientos y con lo que desde un inicio representó no sólo para la música sino para la cultura popular de entonces, la rotura de esquemas y la trasgresión de las tradiciones morales y de conducta. El rock era la tendencia más popular, y Elvis Presley contribuyó a su repercusión en todo el mundo.

En esta década de los cincuenta, donde el rock and roll empezaba a desarrollarse, el sello Chess Records empezó a apostar y desarrollar aquel nuevo sonido. De la lista de artistas grabados por los hermanos Phil y Leonard Chess se podría destacar a Willie Dixon, Sonny Boy Williamson II, Muddy Waters, Jimmy Rogers, Buddy Guy, Howlin' Wolf, Chuck Berry, Bo Diddley, The Flamingos, Gene Ammons y muchos otros.

Otro sello importante de la época sería Sun Records, donde realizaron sus primeras grabaciones Elvis Presley, Johnny Cash, Jerry Lee Lewis, Roy Orbison, James Cotton, B.B. King, Ike Turner o Carl Perkins, entre otros.

Como hecho puntual de la década, cabe destacar el bautizado como: “El día en que murió la música”, el día 3 de febrero de 1959. El día en que un accidente de avión acabó con la vida de Buddy Holly, Ritchie Valens y The Big Bopper. Don McLean se inspiró en este hecho para componer el que sería su mayor éxito: American Pie, o Eddie Cochran que compuso Three Stars en recuerdo de sus amigos desaparecidos.

Durante los años cincuenta, la cultura de masas empezó a hacerse evidente en Estados Unidos, dejando paso también al espacio para la diversidad, y así la denominada música rock empezó a formar parte de los motores de la cultura de masas, trastornando los ideales americanos y empezándose a considerar mucho más allá que un fenómeno musical, sino más bien como un acontecimiento sociológico que provocó la aparición de un nuevo grupo social de jóvenes. En el rock, se contempla como un fenómeno donde no existen las normas o estructuras, con elementos de nihilismo, vitalismo y de política contracultural. El estilo musical se ubica en una era de consumo y postmodernismo. Según Lipovetsky (2002), una era conquistadora, futurista, transgresora, tecnológica y revolucionaria, “de falta de fe en lo revolucionario, en el futuro; a una sociedad del desencanto, es decir, a una sociedad posmoderna (Lipovetsky, 2002:9)

J. Saavedra (1993), del Centro de Estudios de Asia y África de El Colegio de México, definía el rock analizándolo como parte integral de una cultura con alcances universales, de tal magnitud y con tantas ramificaciones que no debe presuponerse un mismo modo de funcionar al constituirse como medio de expresión o como práctica social. De esta manera, sostiene que el rock no es algo homogéneo y debe ser estudiado desde el campo de las humanidades, donde no se puede hablar de absolutos.

A finales de la década de los cincuenta surge del rock un baile peculiar denominado *twist*, que empezó a ponerse de moda a principios de la década de los sesenta, con la versión del tema *The twist* de Hank Ballard, (1959) de Chubby Checker (1960).

A finales de la década, el mercado musical está copado con los discos de las diferentes estrellas de rock, lo que hace que las discográficas busquen un mayor rendimiento económico, apareciendo así nuevos estilos musicales, como el “*doo wop*”, estilo que se desarrolló en comunidades afro americanas de los Estados Unidos durante los años cuarenta y empezó a popularizarse a finales de los cincuenta y principios de los sesenta. Se caracterizaba por su sonido armónico, con voces entrelazadas, con presencia de coros, cuyo nombre viene de las sílabas que se suelen hacer en los coros que incorporaban elementos de rhythm and blues, jazz, swing y góspel. En un comienzo, la generalidad de su audiencia eran mayoritariamente adultos afro americanos, encauzándose posteriormente hacia un mercado adolescente y multirracial Los Platters, autores del tema *Only you* es uno de los grupos más representativo.

Durante la década de los cincuenta surge lo que se conoce como la “generación beat”. Tiene sus comienzos durante la década de los cuarenta, gracias a un grupo de escritores, que compartían una idea cultural común. El grupo inicial estaba formado por Jack Kerouac, Neal Cassady, William Burroughs, Herbert Huncke, John Clellon Holmes, y Allen Ginsberg, uniéndose en 1948 Carl Salomon y Philip Lamantia, en 1950 Gregory Corso y en 1954 Lawrence Ferlinghetti y Peter Orlovsky. El movimiento se caracterizó por una actitud contracultural, la idea de la libertad sexual, la influencia de otras culturas, liberación espiritual y el uso de drogas. El movimiento revitalizó la escena cultural norteamericana, considerándose más tarde como la escuela precursora del movimiento hippie.

La obra de 1957 *On the Road*, (En el camino), de Kerouac, se convirtió en el manifiesto universal de la juventud, que no estaba de acuerdo con los valores tradicionalistas, comerciales y puritanos del mundo anglosajón. El movimiento influyó en las tendencias de la época y por supuesto en lo que era un vehículo de transmisión de ideas y mensajes dirigidos a la sociedad, la música.

Entre los músicos influenciados por la generación beat, se encuentra David Bowie, que reconoció las influencias de las obras de Burroughs en las letras de sus canciones. Bob

Dylan, colaboró con Allen Ginsberg en varios proyectos, como la película "*Don't look back*". La letra de la famosa canción "*Buy me a Mercedes-Benz*", de Janis Joplin, está compuesta por el poeta Beat Michael McClure.

En las letras de las canciones de Van Morrison, se encuentran referencias literarias a Blake, Rimbaud, Joyce, y Kerouac. La canción "*Little Miss Emperor*", coescrita por Iggy Pop y David Bowie, se encuentran letras del poema de Allen Ginsberg, "*Howl*".

El género *Surf*, aparece también al término de la década como un estilo muy despreocupado, centrado en la vida playera. Comenzó sobre todo en Los Ángeles y se utilizó como banda sonora para películas y documentales de la época, como *The Longest Wave* o *Crystal Voyager*, en los cuales se defendían el surf y el estilo de vida asociado a este deporte. Destacando dentro de estilo musical se encuentran los Beach Boys.

Son muy destacables los efectos que la música y los movimientos generados en la época tienen en sociedad de las generaciones venideras.

### **4.3.2 Antecedentes y principales festivales en España en la década de los cincuenta**

En primer lugar, con su inicio en el año 1939, se encuentra La Quincena Musical Donostiarra, impulsado y fomentado desde su comienzo por hosteleros y comerciantes de la ciudad como medida de promoción turística. El Festival continúa con la tradición musical que ya existía en la ciudad desde finales del siglo XIX y principios de siglo XX. Dedicado a la música clásica, disfrutó de gran fama hasta finales de la década de los sesenta, recuperándose años más tarde por el Ayuntamiento de San Sebastián, más concretamente en el año 1979 y continuando en la actualidad. Se le considera como uno de los festivales de más larga duración y tradición de toda Europa.

En 1952, hace aparición un nuevo festival, el Festival Internacional de Santander, es montado en la plaza Valverde, al aire libre. Conocida como plaza porticada se ha convertido en un fenómeno social y cultural y es uno de los acontecimientos artísticos y culturales más antiguos de Europa. Igualmente dedicado a la música clásica, en 1956 el festival se incorpora a la Asociación Europea de Festivales de Música. Desde 1991, se celebra en el Palacio de Festivales.

Asimismo en el año 1952, tiene su origen la primera edición del Festival Internacional de Música y Danza de Granada. Las raíces del denominado como "Primer Festival de Música y Danza Españolas", se encuentran en los conciertos que venían celebrándose desde 1883 en el Palacio de Carlos V durante las fiestas de Corpus-Christi. El festival sigue celebrándose en la actualidad bajo el mismo nombre en el recinto de la Alhambra y otros lugares emblemáticos de la ciudad, con una programación basada en la música clásica, ballet, opera, flamenco, danza española y música contemporánea.

A finales de la década de los cincuenta es cuando empiezan a aparecer los primeros grupos clasificados dentro del estilo pop rock en España. En 1954, llega un tema pionero en los primeros pasos del rock and roll, "*rock around the clock*" de Bill Haley, tema que revolucionaría la escena musical internacional.

Debido a la situación política y social que se vivía en España, esta revolución musical tardó en aparecer, asentándose ya comenzada la década de los sesenta. Durante la década

de los cincuenta la juventud española, educada dentro de un ámbito católico y familiar, aún no tenía noción de los cambios que se vivían en la sociedad americana gracias a esta revolución musical. A pesar de la situación de la época, se empieza a vislumbrar el comienzo de los primeros grupos a finales de la década que hacían otro tipo de música, como sería el caso del Dúo Dinámico o los Pekenikes.

Es a finales de la década de los cincuenta cuando aparecen las primeras figuras de la que se denominó como la canción ligera.

El 24 de mayo de 1956, tiene lugar el primer Festival de la Canción de Eurovisión, basado en el concepto del festival de San Remo, en Italia. Su primera edición tuvo lugar en Suiza. Nació de la idea de Marcel Bezencon, de la Unión Europea de Radiodifusión, y su principal compromiso era estrechar lazos entre las naciones europeas y dar a conocer al mundo la música europea. En su primera edición, participaron siete países, (Alemania, Suiza, Francia, Luxemburgo, Italia, Holanda y Bélgica), aumentándose hasta los cuarenta ya en el siglo XXI. El debut español en el festival tendría lugar cinco años después de su nacimiento, en el año 1961, en Cannes (Francia), con la canción ‘Estando Contigo’ interpretada por Conchita Bautista. Desde entonces, España participó en todas las ediciones del festival.



## **4.4 DECADA DE LOS SESENTA**

“Venid padres y madres  
de toda la tierra  
y no critiquéis  
lo que no podéis comprender  
vuestros hijos e hijas  
están fuera de vuestro control  
vuestro antiguo camino  
está envejeciendo rápidamente  
por favor salid del nuevo rumbo  
si no podéis dar una mano  
porque los tiempos están cambiando.”  
*“The Times They’re A-Changin’”*  
Robert Zimmerman, (Bob Dylan)

### **4.4.1 Contexto internacional:**

Una revolución cultural, en la cual el rock tuvo una gran influencia en occidente en la década de los sesenta. El estilo musical ayudó a transmitir fuera del continente americano los nuevos valores de liberación sexual, antirracismo y pacifismo que formaban parte de los nuevos ideales norteamericanos. En el cambio se genera una sociedad más acercada al individualismo. “No fueron necesarios acuerdos internacionales para difundir el rock: las coincidencias entre adolescentes de diferentes latitudes se gestaron a través de los armónicos que atravesaron el aire, enhebrando –a la distancia– deseos y frustraciones narradas en las letras de sus canciones. Asistimos a la producción de una territorialidad internacional en la que encontramos identificaciones entre los adolescentes de diversos países” (Cubides et. al, 1998:180).

Tras la decadencia de los considerados como los primeros ídolos del rock de finales de la década de los cincuenta, a principios de los años sesenta la música británica acoge el rock and roll, empezando a popularizarse a escala mundial. El estilo empieza a convertirse en una música basada en la guitarra mientras que anteriormente había estado basada fundamentalmente en el saxofón.

El rock se convirtió así en un fenómeno musical y cultural que se extendió por toda la sociedad. Con el grupo The Beatles comienza una revolución para lo conocido hasta el momento en el aspecto musical dirigido a las masas, para la moda y la sociedad del

momento. El fenómeno fue denominado “la ola inglesa” o “invasión británica”. En palabras de uno de los integrantes de los Beatles “Para la gente de mi edad el rock and roll fue una auténtica revolución”<sup>13</sup>. (John Lennon).

En los años sesenta el rock and roll experimentó una notable evolución y desarrollo. Surgieron gran cantidad de bandas y estilos que supusieron un fenómeno cultural y musical que se extendió alrededor del mundo. Los Beatles actuaron como agente revolucionario trastocando todo el imaginario popular, sacaron una docena de discos en menos de una década y contribuyeron a marcar las pautas del desarrollo del futuro lenguaje pop.

Según Fabio Salas: “las estructuras de poder se derrumbarán ante el empuje de la mayoría silenciosa. Se advienen tiempos telúricos, profundos, estelares. Nuevamente es momento de profecías bíblicas, sólo que esta vez no se canta a la llegada de un Mesías sino a la gesta épica de una multitud que entrará a influir definitivamente sobre el curso de la historia”. (Salas, 1998:38).

Por tener unos ritmos considerados en su momento como agresivos y con un alto contenido erótico, a la música rock en sus inicios se la catalogó como "música del diablo", mientras que en los años sesenta se le calificaba de música rebelde por sus mensajes contestatarios frente a las instituciones tradicionales como la familia, la religión, el estado o la política.

La música ha sido una especie de piedra angular en la creación de algunos de los valores más destacados de una cultura juvenil y ha servido de vehículo para expresarlo. La quimera que despertó el roll and roll en los jóvenes del momento escandalizaba al “mundo de los adultos”, que veían la aparición de este género y todo lo que conllevaba social y culturalmente para los más jóvenes, no solo como un fenómeno con un gran ideograma sexual sino también como un comienzo de representación de capas sociales que hasta ese momento no habían tenido cabida.

---

<sup>13</sup> Frase de John Lenon, recogido de: CHAVEZ, J. (Sin fecha).La música popular 1950 – 1960 [calameo.com]. Disponible en: <http://es.calameo.com/read/0006221690a929055df9b>

Aparece una nueva forma de ver el mundo, contraria al autoritarismo, simbolizada con la vestimenta, la música y las letras de las canciones escuchadas por los jóvenes de la época. Se alude a la libertad como un derecho propio fuera de los convencionalismos sociales y el rock ayuda a la creación de una ideología literaria que se expande por toda la sociedad occidental. Cubides alude a nuevas lógicas psíquicas: “la espectacularidad del fenómeno rock incluye la proliferación de productos variados (...) que forman parte de códigos propios (...) Estos códigos demandan nuevas lógicas psíquicas, no conocidas en etapas previas de crecimiento; se trataría de lógicas derivadas de procesos primarios, con calidad de inconsciente, ligados a la satisfacción plena y que por lo tanto se oponen a cualquier limitación, particularmente a aquellas que provienen de los ordenamientos sociales” (Cubides, 1998:182)

Los jóvenes comienzan a ver al Estado como un obstáculo que coarta las libertades individuales y la música rock comienza a lanzar mensajes críticos hacia el poder político. Se comienza a transportar a través de las fronteras las ideas de liberación sexual, antirracismo y pacifismo de una nueva cultura americana, comenzando una nueva etapa de inconformismo y revolución cultural en la que el mundo empieza a tomar conciencia de la defensa de las libertades individuales y surgen movimientos contra la represión moral, política y social.

“La rebelión es ante todo un hecho colectivo, se ha señalado con anterioridad que sólo existe una liberación en el hombre: aquella que tiene que ver con su entorno social; una liberación en términos individuales sólo lo es en la medida en que es un elemento global de un cambio generalizado e irreversible. El ser humano merece la libertad por derecho propio”. (Salas, 1998:49-50)

La década de los sesenta supone un periodo de cambios políticos y culturales y el rock se convierte en un vehículo de manifestación libertaria. Son muchos los jóvenes desencantados con sus líderes políticos y las represiones de la sociedad que buscan un cambio, y ven este cambio por primera vez representado en letras de canciones a modo himnos de libertad.

Son varios los grupos que hacen alarde del poder que les otorga su posición convirtiéndose en líderes de masas. El vocalista de los Rolling Stones, Mick Jagger declaró: "Siempre trabajamos para guiar el pensamiento y la voluntad de la gente, y la mayoría de las bandas hace lo mismo". (Regimbal, 1983:18). La banda The Beatles declararon: "Nuestra música es capaz de causar una inestabilidad emocional, un comportamiento patológico, incluso la rebelión y la revolución". Jimmy Hendrix afirmó: "Es posible hipnotizar a la gente a través de la música, y cuando llegamos al punto más débil de la gente, podemos predicar todo lo que queremos decir a su subconsciente..." (Adrian, 1993:.8).

El músico británico Graham Nash, alude a que "La música pop es un medio de comunicación que construye el pensamiento de aquellos que la escuchan. También creo que los músicos, a través de la música, disfrutan de una ventaja fantástica. Podemos gobernar el mundo (...) tenemos el poder necesario a nuestra disposición". (Regimbal, 1983:18).

Las tendencias eran marcadas por la gente joven y los adultos iban detrás. "La idea de una cultura juvenil unitaria está asociada a los movimientos hippies, la contracultura y el underground americano de los años 60 y ni siquiera entonces representaba a la totalidad de los jóvenes occidentales o americanos. Sin embargo quedó cristalizada como una imagen referencial: todo un universo vital juvenil girando alrededor de la música". (Puig, 2007:113).

Durante la primera mitad de la década se diferencian dos vertientes; el beat<sup>14</sup> de Liverpool, representado por los Beatles y el folk norteamericano<sup>15</sup>, con la figura de Bob Dylan, ambos grandes iconos de la música en su década y en las posteriores.

Ya en los años sesenta se deja de usar el término "rock and roll" para pasar al "género rock" que marcaría un hito en la música de la década de los sesenta. El rock y la cultura que conlleva es un fenómeno complejo que ha generado grupos sociales, ideologías y nuevas formas estéticas y aspectos comerciales.

Se debe puntualizar en este apartado que no existe una clasificación unitaria sobre los géneros musicales y que esto comporta cierta indefinición, sobre todo en la actualidad donde de manera constante se generan nuevas etiquetas musicales desde los medios o discográficas para clasificar nuevos estilos. Del rock nacen varios subgéneros y estilos que han ido evolucionando a lo largo del tiempo, creando a su vez nuevos subgéneros. Como afirma Castillo Ávila, F. (2011), la evolución del rock ha dado origen a múltiples tendencias musicales, convirtiéndose en una especie de crónica de las sucesivas épocas, signo de identidad de las generaciones e indicador de los cambios sociales.

Nace el "movimiento mod" liderado por grupos como The Beatles, Rolling Stones, The Who, The Yardbirds o The Animals. El movimiento mod (del inglés *modernism*, "modernismo") fue un movimiento musical y cultural basado en la moda y la música que se desarrolló en Londres (Reino Unido), a finales de la década de 1950, pero que empezó a coger fuerza con la aparición de todos estos grupos ya en la década de los sesenta.

Los primeros "mods" eran de clase media y mostraban interés por las nuevas modas que llegaban del continente, tales como los trajes entallados italianos, y estilos musicales

---

<sup>14</sup> El beat es un género musical nacido en Liverpool, Reino Unido, a comienzos de la década de los sesenta. El beat clásico se compone de guitarras, bajo eléctrico y la batería. También podían contener coros vocales. En sus comienzos, el beat estaba representado por bandas que interpretaban temas de rock and roll y R&B, evolucionado hasta convertirse en un estilo propio, precursor del estilo pop. Uno de los templos míticos para la generación beat sería el lugar que vio nacer a la banda The Beatles, The Cavern Club.

<sup>15</sup> Considerada como *roots music*, (música de raíces), la música folk nace en Estados Unidos como una mezcla de varios estilos musicales, tales como el country, el blues, el gospel, la música tejana, la música de Sea Islands, el old-time, el jug band, la música folk de los Apalaches, , la música Tex mex, rock y la música autóctona de Estados Unidos. En los años 30 y 40, la primera y principal figura del Folk y de la Canción Protesta en los EE.UU. fue Woody Guthrie. En los años 50 destacan figuras como Joan Báez, Kingston Trio y Peter, Paul & Mary. En los años 60 Bob Dylan se convertiría en la principal figura de nuevo folk norteamericano.

negros estadounidenses, como el modern jazz y el rhythm and blues. La historia del rock siempre ha ido ligada a la rebeldía y la imagen de transgresión, vinculada tanto a la música como a la forma de vestir, los ideales y las formas de pensar.

En Estados Unidos nace el surf rock<sup>16</sup>, cuyo máximo exponente son los Beach Boys. Bob Dylan, The Byrds, Simon and Garfunkel o Crosby, Stills and Nash utilizan la guitarra en canciones con base folk, creando así el "folk rock". Jefferson Airplane, The Doors, Love o Iron Butterfly, son grupos del denominado "rock psicodélico"<sup>17</sup>, nacido en California. A mediados de la década de los sesenta surgen grupos muy innovadores como Pink Floyd, Traffic, Jethro Tull o Soft Machine que más tarde darían lugar al rock progresivo<sup>18</sup>.

Con Frank Zappa y sus "*Mothers Of Invention*", se crea una de las muestras del rock progresivo y sinfónico más inclasificable e iconoclasta, encontrando en el influencias de Edgar Varese y Stravinsky, la comedia, el rock, y referencias de la contracultura. En 1969 Led Zeppelin publica sus dos primeros álbumes, albergando un lado más lírico del rock e influyendo en la escena futura a movimientos como el punk<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup> Música surf: género musical asociado a la cultura del surf cuyos comienzos tuvieron lugar en las playas del sur de California. Género instrumental con guitarras eléctricas y saxofones. Fue un género musical muy popular durante la primera mitad de la década de los sesenta. El considerado como pionero dentro del género surf rock fue Dick Dale. Una de las figuras más representativas del género fue la banda The Beach Boys.

<sup>17</sup> Rock psicodélico: estilo de música rock influenciado por la cultura psicodélica, (Psicodelia, del inglés *psychedelia*, un neologismo formado a partir de las palabras griegas ψυχή, "alma", y δῆλομαι, "manifestar". El vocablo psicodélico fue inventado por el psicólogo británico Humphry Osmond y significa "que manifiesta el alma"). De esta forma, se puede considerar psicodélico los intentos de proyectar y potenciar el mundo interior. El estilo está asociado a la contracultura y tuvo su auge durante los sesenta, sobre todo en la segunda mitad de la década, en la cual los jóvenes ayudándose de la música y el consumo de drogas como LSD, buscaban vivencias propias de experiencia psicodélica, tales como sinestesia, alteración de la percepción del tiempo y del sentido de la identidad o empatía. Popularmente, hablar de psicodelia suele estar referido a modalidades artísticas, tales como la pintura o la música. El rock psicodélico influyó la creación del pop psicodélico y el soul psicodélico.

<sup>18</sup> Rock progresivo, (conocido como prog rock), es un subgénero de la música rock, desarrollado a partir del rock psicodélico y originado en Reino Unido a finales de la década de los sesenta. Se trata de un estilo más elaborado que el rock que mezcla principalmente tres elementos: una construcción propia de la música clásica, la libertad e instrumentación de jazz y la experimentación y vanguardismo de la música electrónica.

<sup>19</sup> Punk: también conocido como punk rock, es un género musical dentro del rock que tuvo sus orígenes a finales de la década de los sesenta y tuvo su mayor auge durante los setenta. Es un estilo de rock sencillo, derivado del garaje rock, con guitarras amplificadas y melodías simples. A finales de la década de los sesenta hubo en Estados Unidos y Gran Bretaña una corriente de jóvenes que mostraron su desencanto hacia la música rock, considerándola comercial y poco representativa de los ideales que en sus inicios prodigaba y esto hizo surgir este estilo musical, acompañado de la cultura punk que se burlaba de lo convencionalista.

o el rock gótico<sup>20</sup>. No es hasta los años setenta cuando combinando con otros géneros musicales se sientan las raíces de un nuevo género denominado heavy metal<sup>21</sup>, con grupos como Black Sabbath, Led Zeppelin, Deep Purple, Queen.

En los últimos años de la década de los sesenta comenzó a verse en la sociedad un movimiento muy particular que fue conocido como “movimiento hippie”. El movimiento, se caracterizaba por las ideas de anarquía no violenta, la preocupación por el medio ambiente y por un rechazo general por el materialismo occidental. Se formó una cultura antibelicista y contestataria.

Asociado a las ideas de contracultura y movimiento hippie, estaban el consumo de drogas como marihuana y LSD (dietilamida del ácido lisérgico). Defendían las ideas de amor libre y pacifismo. “Paz y amor” como eslogan incuestionable de un movimiento contracultural que nació en EEUU y se expandió por el mundo occidental. Algunas de las aportaciones de este movimiento serían la liberación sexual, el vegetarianismo, la divulgación de las filosofías orientales y el yoga o la liberación femenina.

Artísticamente, el estilo era la “psicodelia”, con bandas famosas en el género como Pink Floyd o Jefferson Airplane. El origen de este movimiento fue una reacción a grandes alteraciones que se produjeron después de la segunda guerra mundial en la sociedad y la cultura de Estados Unidos, extendiéndose después a Europa y el resto del mundo.

En 1967 se celebró un festival musical en el Golden Gate Park de San Francisco, el evento se llamó *Human Be-In* y es considerado como el prelude al *Summer of Love*, festival que tuvo lugar también en San Francisco ese mismo año y que representó la celebración de ideales contraculturales y una gran concentración hippie.

---

<sup>20</sup> El rock gótico se desarrolló a partir del post punk británico y el glam rock de finales de los 70. Estilo caracterizado por sus letras oscuras e imagen fantasmagórica. En un primer momento, el género era conocido como "punk positivo", atribuyéndole el nombre de gótico más adelante. No se conoce exactamente cuándo se calificó por primera vez así al estilo musical, pero en 1974 David Bowie describió como gótico su álbum *Diamond Dogs* y en 1979, un entrevistador se refirió a Joy Division como gótico.

<sup>21</sup> Nació en el Reino Unido a finales de los sesenta a partir de las influencias del blues y el rock psicodélico y la música clásica. Estilo musical basado en las escalas y los arreglos del blues, con guitarras amplificadas y percusión. Bandas normalmente compuestas por instrumentación de bajo, guitarra y batería.



El final de la década de los sesenta marca el apogeo del movimiento hippie, sucediéndose varios festivales que congregaron multitudes. Estos festivales a su vez promovían las ideas de pacifismo, liberación sexual y cultura juvenil. En junio de 1967 se celebró en Estados Unidos, el festival de Monterey, considerado como uno de los primeros grandes festivales de música pop-rock al aire libre.

Los jóvenes que participaron en este movimiento, sintieron que podían revelarse contra las estructuras y el modo de vida consumista, y se posicionaban contra la guerra de Vietnam. Los músicos tuvieron mucho que ver en la difusión de estos valores. La banda The Beatles dejaron como legado uno de los himnos hippies con su música “All You Need Is Love”.

Imagina que no hay cielo,  
Es fácil si lo intentas,  
Ningún infierno debajo de nosotros,

(...)

Imagina que no hay países,  
No es difícil de hacer,  
Nada para matar o morir,  
Ninguna religión también,  
Imagina a toda la gente  
viviendo la vida en paz ...

(...)

Imagina que no hay posesiones,  
Una hermandad del hombre,  
Imagina a toda la gente  
Compartiendo todo el mundo...

“Imagine” John Lennon.<sup>22</sup>

Entrando en el final de la década de los sesenta, se produce en abril de 1968 un hecho histórico, la muerte de Martin Luther King, quien desarrolló una labor crucial en Estados Unidos al frente del Movimiento por los derechos civiles para los afro americanos, participando además como activista en numerosas protestas contra la Guerra de Vietnam y la pobreza en general. En casi todo el mundo hubo manifestaciones estudiantiles contra la intervención militar en Vietnam, y empezaron a producirse disturbios en algunas

---

<sup>22</sup> Canción publicada en el año 1971, en el álbum con el mismo nombre, *Imagine*. En la canción, John Lennon predicaba la idea de una utopía comunista en la que no existían propiedades ni religiones. Con los versos de la canción, Lennon defendía una imagen utópica en la que daba a ver a las generaciones más jóvenes la idea de “imaginar” que otro mundo era posible.



ciudades de EEUU liderados por grupos extremistas que luchando a favor de los de los derechos civiles abandonaron la postura hasta entonces no violenta del “movimiento hippie”.

El final de esta década tan controvertida estuvo marcado por dos importantes festivales de rock, ambos celebrados en 1969: el de Woodstock en Nueva York, anunciado como “tres días de paz y amor” y el concierto gratuito de Altmont, en California. Estudiantes, jóvenes residentes en comunas y defensores del movimiento hippie en general acudieron a la cita que se dio en Woodstock, creando una de las leyendas que quedaría viva por siempre en la cultura musical y roquera.

Durante toda esta década se viven movimientos juveniles que reivindican derechos e ideas. Hablando de la juventud, Sergio Balardini apunta: “...la primera cuestión que debemos señalar, es que enfrentamos una serie de dificultades conceptuales en su tratamiento, que exigen trabajar sobre una faceta de tipo histórico relacionada con su surgimiento, porque jóvenes hubo siempre, pero juventud no, aunque parezca extraño; la idea de juventud está íntimamente ligada a los roles históricos de los distintos grupos sociales y etarios” (Balardini, 2000:11)<sup>23</sup>

La década de los sesenta se presenta como una etapa de revolución juvenil, produciéndose un fenómeno disruptivo en las relaciones sociales y culturales de los jóvenes con relación a la generación de sus padres. Se había producido una gran modernización que hacía que lo que estos jóvenes estaban viviendo se opusiera a los valores de los padres. Como Bob Dylan citaba en una de sus letras “la respuesta estaba en el aire”<sup>24</sup>. Los jóvenes empezaban a plantearse un mundo nuevo a través de un movimiento cultural y contracultural que desechaba los convencionalismos de épocas pasadas.

Esta contraposición de valores tiene su origen en varios momentos clave para la sociedad. Terminada la Segunda Guerra Mundial, se lanzan las bombas atómicas contra Hiroshima y Nagasaki, cayendo sobre población civil; son elementos fuertísimos que producirán

---

<sup>23</sup> Balardini defiende en este artículo: “De los jóvenes, la juventud y las políticas de juventud”, la idea de que la juventud como fenómeno social, es un producto de la sociedad burguesa y capitalista y el proceso que surge de individualización de los sujetos.

<sup>24</sup> DYLAN, Bob (1975): Blowin' in the wind. USA

fuertes alteraciones en el campo de lo ético, lo moral, lo cultural. Todo esto hace tambalear una serie de principios y valores que se tenían por buenos. Muchos jóvenes en estos momentos empiezan a cuestionar los valores de la generación de sus padres, todo ello aderezado con el periodo de “macartismo”<sup>25</sup> que reprimiría cualquier manifestación social y política.

El “macartismo” tuvo durante la década de los cincuenta un fuerte impacto en Estados Unidos, dividiendo al país entre los que apoyaban al senador y la ley anticomunista y los artistas y cineastas de Hollywood que no querían ver mermados sus derechos y libertad de expresión.

Denominado este movimiento también como la “caza de brujas”, produjo una gran represión a las manifestaciones culturales. “Todo lo que se haga para limitar, no importa en qué forma, los derechos constitucionales del individuo, constituye un peligro para la libertad de todos”. (Truman, 1956:16)

La década de los sesenta traería consigo mejoras económicas incrementándose la producción industrial. Por primera vez los jóvenes tenían dinero para gastar a su gusto, comenzando lo que se denominaría como el Estado de Bienestar. Al mismo tiempo, se producía una fuerte crisis en la institución de la “familia” por los cambios producidos en la sociedad y una explosión demográfica.

La década de los sesenta está definida como una época de radicalización social, cultural y política. Los jóvenes cambian su manera de ver el mundo al no tener la obligación de vivir como adultos que antes estaba de alguna manera impuesta socialmente. Empiezan a ver sus propias posibilidades de manera individual, sin estar atados al núcleo familiar viéndose a ellos mismos como los protagonistas del cambio que está por venir, tanto social, como cultural y político. Los sectores populares avanzan demandando que se cubran sus necesidades, se producen grandes movimientos de liberación femenina y lucha contra la discriminación étnica.

---

<sup>25</sup> Periodo que se extendió entre 1947 y 1954 y cuya principal figura fue el senador republicano Joseph McCarthy. Durante esta etapa se sucedió una serie de persecuciones a individuos y organizaciones acusadas de anticomunismo. Estados Unidos protagonizó una era de represión en la que artistas, intelectuales y cualquiera que se pronunciara en contra de los ideales comunistas era perseguido.

Arce (2008), en su artículo *Subcultura, contracultura, tribus urbanas y culturas juveniles: ¿homogenización o diferenciación?* Expone las conclusiones de autores como (Bennett, 2001 y Clark, 1976), quienes afirman que del descontento general de la sociedad y como continuación al denominado movimiento hippie, nace el concepto de “*contraculture*”, traducido al castellano como contracultura, definido como "cultura en oposición" o "cultura a la contra", González (2000).

García Naharro. F. nos habla de los cambios sociales y el movimiento de contracultura juvenil, refiriéndose al fenómeno social de “la movida” que tendría lugar en España:

“Nacerá así una nueva subcultura juvenil, cuyas señas de identidad serán la pérdida de importancia del compromiso político, la vivencia hedonista del presente y el culto a la apariencia, a lo estético (...) dirigido a los jóvenes desencantados, se caracteriza por el rechazo de la ideología y la militancia política, en favor de la sexualidad lo, la música, la calle y la sociedad de consumo.” (García Naharro. F. 2012: 306)

Arce (2008) expone la definición del termino contracultura que hace Villarreal: "La contracultura puede entenderse como aquello que se opone a toda forma de convención social o de conservadurismo, a todo lo establecido que permanece inmutable o incambiable" (Villarreal, 2000:23). Según Bennett, este término define la desilusión juvenil del momento frente a la sociedad en la que vivían. J. A. Ramirez la define como "una serie de movimientos y expresiones culturales, usualmente juveniles, colectivos, que rebasan, rechazan, se marginan, se enfrentan o trascienden la cultura institucional" (Ramirez, J. A. 1996:129). De esta forma pueden surgir subculturas en contra de los órdenes establecidos en cualquier sociedad.

El poeta Ferlinguetti hacía alusión a que los movimientos contraculturales son cosas del pasado, “la contracultura ya no existe porque ha sido incorporada a la clase media y los medios masivos la han asimilado”, y la define como “una actitud necesaria de resistencia ante el sistema”. (Martínez, 2004).

Félix Rodríguez, en su artículo “Medios de comunicación y contracultura juvenil”, puntualiza los cambios sociales que se producen entre generaciones:

“Mermados en poder e influencia, los adultos han ido perdiendo el principio de autoridad y otros valores que sustentaban el viejo orden tradicional. Se produce un fuerte rechazo del pasado y adquiere valor todo lo nuevo, todo lo que suena a moderno, a vanguardia. Si hubo un tiempo en que la gente miraba a sus mayores como modelo a seguir en su forma de vida, sus modales, su lenguaje, a partir de ahora el mimetismo cambia de dirección y son los mayores los que imitan y pretenden parecerse a los jóvenes.” (Rodríguez, 2006:7)

Ruiz Aja. L. (2008) en su artículo “La Contracultura: ¿Qué fue, qué queda?”, nos habla de los movimientos contraculturales de la década de los sesenta y de uno de los slogans más simbólicos de mayo del 68, “La imaginación al poder” surgido del “movimiento situacionista” que formaron los grupos estudiantiles en el Mayo francés<sup>26</sup>. El slogan traspasó fronteras convirtiéndose en estandarte de los movimientos juveniles de finales de los sesenta, reflejando la esperanza de un cambio social a partir del cambio individual. Revindicaban el cambio de una sociedad obcecada en “tener” por otra más entregada a “ser”.

Ruiz señala que los movimientos contraculturales supusieron un esfuerzo por “repensar” los valores de las sociedades occidentales, dando pie a la creación de maneras alternativas de vida. Estos movimientos juveniles proclamaban la creatividad y la búsqueda interior, defendiendo la necesidad del hombre de desarrollar su potencial creativo, sensitivo y espiritual.

Estos cambios se ven cada vez más reflejados en una sociedad hasta el momento llena de convencionalismos, y la música actúa como un vehículo transmisor de estas ideas de vida

---

<sup>26</sup> Movimiento político y cultural que se desarrolló durante la primavera de 1968 en Francia. Comenzó como un movimiento de protestas estudiantiles y barricadas callejeras que defendían ideas izquierdistas y lanzaban protestas hacia los sistemas educativos y laborales, la sociedad de consumo y los valores morales tradicionales.

alternativa. Como anunciaban la banda The Beatles en su álbum *Let it be*, de 1970: "habrá una respuesta, deja que ocurra... había un largo y sinuoso camino que recorrer".

En palabras del líder de la banda Grateful Dead, Jerry García, considerado como una figura emblema del movimiento contracultural de los sesenta "el cambio ha ocurrido ya. Estamos viviendo posfacto en una era posrevolucionaria en donde lo que queda por hacer es barrer los restos del pasado".<sup>27</sup> John Sinclair, de la banda White Panthers afirmó: "el rock ha sido la fuerza motriz de mi vida, estuvo politizado desde que emergió en el espíritu de la América del Plástico"<sup>28</sup>.

En este contexto empezaría el movimiento hippie de la década de los sesenta, con el rechazo de los jóvenes de lo que consideran el mundo burgués, la búsqueda de una vida más espiritual y una gran revolución sexual. Los hippies, como respuesta condenatoria a una sociedad "cómoda" y "conservadora", y en acto de repulsa, empezaron a constituirse en comunas libres de jerarquías.

Los primeros festivales multitudinarios de música que se produjeron durante esta década fueron verdaderos centros de concentración hippie, encontrando en el rock, una manera extraordinaria de expresar sus valores, intentando llegar al mayor número de personas posible.

La nueva música de la década de los sesenta, llena de mensajes contraculturales, se convirtió en un reclamo para reunirse en conciertos y festivales que acercaban a los jóvenes a los grupos que idolatraban. En 1967, se tuvieron lugar dos grandes citas del movimiento contracultural asociado con la música, el Magic Mountain Music Festival y el Festival Pop de Monterey.

El **Magic Mountain Festival** tuvo lugar los días 10 y 11 de junio de 1967 en la parte sur del Monte Tamalpais en el condado de Marin, California. Se estima que acudieron unas 36.000 personas a los conciertos, proclamándose como el primero de una serie de eventos culturales que tuvieron lugar en San Francisco. Se le llamó La Feria de fantasía por la

---

<sup>27</sup> Historia Del Rock'n'Roll: Los Festivales - La Década De Los 70 [sitio web]. En: [http://www.azheavymetal.com/especiales/rock\\_n\\_roll39.php](http://www.azheavymetal.com/especiales/rock_n_roll39.php)

<sup>28</sup> Ibid.

influencia de la popular Feria de placer del Renacimiento y se convirtió en un prototipo a gran escala de los eventos al aire libre de la música rock que ahora son conocidos como festivales de rock. El verano de 1967 llegó a ser conocido como el verano del amor.

El precio de entrada al festival era de dos Dólares y todas las ganancias fueron donadas al Centro Hunter de Cazadores de Cuidado Infantil en San Francisco. La denominada Feria de Fantasía estaba programada en su origen para el 3 y 4 de junio, pero debido a las inclemencias del tiempo se retrasó una semana, ya que varios de los actos programados no se podían llevar a cabo. Un globo gigante con la forma de Buda daba la bienvenida a todos los asistentes al festival a su llegada. El transporte fue proporcionado por "líneas de autobús Trans Love".

El festival tuvo una gran influencia en la industria de la música, se presentaron músicos de todo tipo, entre los que cabe destacar "The Byrds" con Hugh Masakela a la trompeta, Tim Hardin, la 5ª Dimensión, Jefferson Airplane y The Doors con su primer gran éxito "Light My Fire".

La prensa de la época dio el visto bueno al festival, que había contado con una buena seguridad al no haber ocurrido peleas o disturbios que remarcar y también obtuvo un punto favorable en cuanto a la limpieza del evento. Para muchos comentaristas, el festival representó un gran y radical cambio en las preferencias musicales de la época para los jóvenes, surgiendo así en ese año, 1967 la denominada cultura hippie. Haciendo una revisión de las bandas que asistieron al evento se puede concluir que fueron una buena parte del rock psicodélico de la escena en el momento.

Si bien es cierto este festival no está tan documentado como otros, como por ejemplo "Monterrey International Pop Festival" que sigue siendo recordado como el evento del verano del amor de 1967, pero sí es considerado como el primer festival de rock de la historia.

**Monterrey International Pop festival**, celebrado entre los días del 16 al 18 de junio del año 1967, es considerado por muchos como el precursor de Woodstock. Se calcula que asistieron al festival más de 200.000 personas. La entrada por noche costaba 6,5 dólares y 1,00 dólar la entrada a la zona de acampada. Fue celebrado en Monterrey (California),

bajo la dirección del publicista Derek Taylor, el productor Alan Pariser y el integrante del grupo “The Mamas & the Papas”, John Philips.

La gente joven viajaba a San Francisco que era considerado como el epicentro de la “contracultura” con la esperanza de encontrar un modo de vida alternativo, viviendo en armonía colectiva y desarrollando las libertades personales, considerándose todo este movimiento junto con el Festival de Monterrey los inicios del verano del amor de 1967. Los artistas tocaban de forma gratuita, y los ingresos fueron donados a la caridad.

Monterrey Pop Music Festival, es considerado como el primer festival rock que se promovió a nivel mundial de forma masiva. El primero fue Magic Mountain, que sirvió de modelo a los demás festivales, como el conocidísimo Woodstock, pero a diferencia de Woodstock no tenía ánimo de lucro. Aún ahora los ingresos procedentes de grabaciones son para la fundación “Festival de Monterrey”.

El festival fue objeto de la película documental Monterey Pop de D. A. Pennebaker y acabó convirtiéndose en un evento legendario recordado a lo largo de las décadas por ser una de las primeras grandes apariciones de Jimi Hendrix, The Who, Janis Joplin y Otis Redding.

En el festival actuaron multitud de bandas entre las que se encontraban: The Byrds, Jefferson Airplane, Jimi Hendrix, The Who, Hugh Masekela, The Grateful Dead, The Rolling Stones, The Association, The Mamas & the Papas. Eric Burdon y The Animals dedicaron al festival una canción titulada "Monterey", que incluía el párrafo "I Think they maybe I'm dreamin" ("Creo que tal vez estoy soñando"). Otra anécdota del festival que pasaría a ser un momento recordado para la historia de los festivales y del rock fue cuando Jimi Hendrix al acabar su actuación, golpeó su guitarra y la prendió fuego. También fue la primera vez que Otis Redding cantaba para un público mayoritariamente blanco.

Si es verdad que el caso de Monterrey fue el primer gran festival multitudinario de música rock, pero la idea de los grandes festivales al aire libre no era nueva, como en los casos de Newport o Magic Mountain, pero es verdad que estos tuvieron relativamente una



pequeña audiencia, siendo Monterrey el esquema inicial a seguir en los grandes festivales de música.

The Monterey International Pop Festival fue un proyecto multi-cultural que logró mezclar y con éxito folk, blues, jazz, soul, R & B, rock, psicodelia, pop y géneros clásicos. En este festival se inició la carrera de muchos músicos, que se hicieron estrellas a partir de su aparición en este festival, como sería el caso de Jimi Hendrix , The Who, Janis Joplin u Otis Redding.

Otro acierto del festival fue el sistema de sonido que empleó, diseñado por el ingeniero Abe Jacob que tras el festival se convirtió en un destacado diseñador de sonido para el teatro, en producciones como Jesucristo Superstar. También fue pionero en cuanto a la música electrónica, utilizándose uno de los primeros sintetizadores Moog de 1966.

En el caso del **Festival Pop de Newport** se dan dos eventos con el mismo nombre que pueden llevar a confusión, hubo un primer evento llamado “Newport Pop Festival” celebrado en 1968 y un segundo celebrado en 1969 llamado “Newport Pop Festival 69”. En el primer caso el festival fue celebrado los días 3 y 4 de agosto de 1968 en Mesa (California), acudieron más de 100.000.

El segundo evento fue anunciado en su origen con el nombre de “Newport 69”, se celebró del 20 al 22 de junio de 1969, en Northridge, California, y en las publicaciones posteriores se han referido a él con el nombre de “Newport Pop Festival 69” o solo como “Newport Pop Festival”, por lo cual siempre ha habido gran confusión entre los dos eventos.

El festival de 1969 fue organizado por Mark Robison que contaba con 25 años de edad, que también fue uno de los tres promotores del festival de 1968, junto con Gary Schmidt de 26 años y el padre de éste, Al Schmidt. En el caso de 1968, el presupuesto para todas las bandas participantes no superó los 50.000 dólares, mientras que en 1969, se pagó a Jimi Hendrix 50.000 dólares por su participación. Una cantidad de dinero sin duda alguna sin precedentes hasta el momento para una banda de rock. Se estima que unas 150.000 personas asistieron al evento de 1969, otorgándole esta cifra el estandarte de mayor concierto de música pop hasta el momento.



En pocos años, la idea del festival de rock al aire libre con varios días de duración se había extendido por todo el país, como una especie de gira para encontrarse con la contracultura. La evolución fue rápida, y cada festival era único y tenía una importante parte experimental. Algunos fueron objeto de documentales y películas que se emitían en los cines estadounidenses, generando con ello el anhelo de muchos jóvenes a asistir al próximo festival. Así se sucedieron desde el año 1967 hasta el final de la década decenas de festivales en Estados Unidos.

**Festival de Woodstock**, el festival por excelencia. Festival de festivales tomado como referencia a lo largo de la historia por organizadores de festivales de todo el mundo. Sin lugar a la duda, en la comitiva de crear un trabajo basado en los grandes festivales musicales y su repercusión, no se debe olvidar hacer referencia a uno de los festivales más relevantes de la historia, que supuso un hito y un punto de referencia a la hora de hablar de los festivales musicales.

El festival de Woodstock, denominado como: (*Woodstock. 3 Days of Peace & Music*) fue uno de los festivales de rock y congregación Hippie más famosos de la historia. Se realizó los días 15, 16, 17 y 18 de agosto de 1969. Esta multitudinaria congregación tuvo lugar en una granja de Bethel (Nueva York).

El nombre de Woodstock que se le dio al festival, viene porque inicialmente estaba programado hacerse en el pueblo del mismo nombre, ubicado en el condado de Ulster, en el Estado de Nueva York. La población de este pueblo se opuso a la celebración de dicho festival y un chico, llamado Sam Yagur convenció a su padre para que se realizara el evento en los terrenos que la familia tenía en Sullivan Country (Nueva York).

La imagen 1, muestra el cartel promocional de la primera edición del festival.

Imagen 1. Cartel promocional Woodstock 1969<sup>29</sup>.



En principio el festival de Woodstock iba a ser un festival de rock más, para el cual sus organizadores esperaban una asistencia de unas 50.000 o 60.000 personas, pero ocurrieron una serie de acontecimientos a su alrededor que hicieron de ésta congregación algo más que un festival.

Por aquel entonces sucedió la llegada del primer hombre a la luna, más concretamente el 21 de julio de 1969, 24 días antes del festival de Woodstock, la guerra de Vietnam que se sucedió entre los años 1965-1975, la era acuariana y el resultado del mensaje promocional del festival. Todo esto contribuyó a generar una atmosfera social y generacional por la paz que cautivó a la gente y generó una necesidad de vivir la vida y escapar de la violencia generada por la guerra, transformando lo que se esperaba fuera un festival más en un icono de la historia de los festivales.

---

<sup>29</sup> Imagen tomada de sitio web: Matt Melis (15 de agosto de 2009). By the Time I Get to Woodstock: Peace & Love in Retrospect. <http://consequenceofsound.net/2009/08/by-the-time-i-get-to-woodstock-peace-love-in-retrospect/>

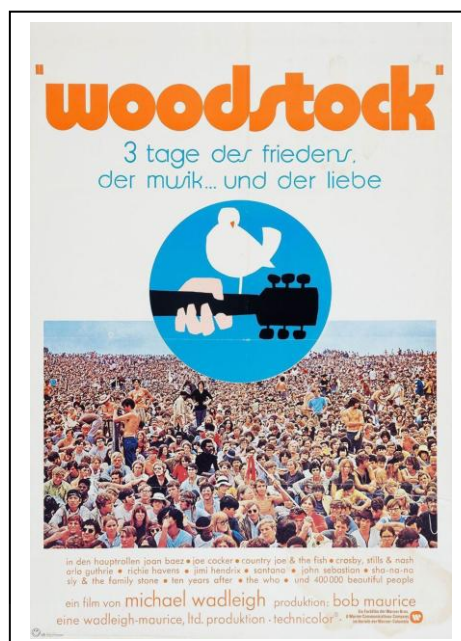
La asistencia superó todas las estimaciones que tenían sus organizadores, se cree que entre 400.000 y 500.000 asistieron al festival, aunque no todas pudieron llegar. Miles de personas se quedaron en el camino, las vías de acceso se colapsaron y no hubo agua ni comida suficiente para la cantidad de gente que llegó al festival y a los alrededores. Los organizadores declararon gratuita la asistencia al desbordarse la afluencia de gente al festival, e incluso algunos de los grupos tuvieron que llegar en helicóptero ante el gran embotellamiento de las carreteras.

El festival, se celebró en pleno auge del movimiento hippie y con el trasfondo político de la guerra del Vietnam. Esto provocó que se convirtiera en todo un canto por la paz, el amor y la tolerancia, como rezaba la propaganda del festival. Su éxito llevó a que se repitiera en cuatro ocasiones: 1979 (en el recinto del Madison Square Garden de Nueva York), 1989 (en el emplazamiento original de la primera edición), 1994 (en Saugerties, NY) y 1999 (en Rome, NY), pero el de 1969 es el Woodstock por antonomasia.

Woodstock es considerado uno de los mejores festivales de música y arte de la historia y sin lugar a dudas el punto de referencia para las siguientes generaciones de festivales. La entrada costaba 18 dólares americanos de la época para los 3 días.

Como se muestra en la Imagen 2, más tarde se realizó el famoso documental Woodstock (*Woodstock. 3 Days of Peace & Music*) sobre este concierto, dirigido por Michael Wadleigh y editado y montado entre otros por Martin Scorsese. Fue estrenado en 1970 y ganó el Premio Oscar al mejor documental. La película ha recibido el título de "culturalmente significativa" por la Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos y seleccionada para su conservación en el *National Film Registry*.

Imagen 2. Documental Woodstock (*Woodstock. 3 Days of Peace & Music*)<sup>30</sup>



En el año 2009 se estrenó la película *Taking Woodstock*, dirigida por Ang Lee en la que se recrea la organización del concierto desde la figura de Sam Yasgur.

Lo llamaron "La nación Woodstock", y aun ahora, más de 40 años después hay gente que se identifica con lo que vieron como un movimiento tan importante como el resto de decisiones políticas que afectaron a sus vidas, sintiendo Woodstock como algo parecido al patriotismo, algo difícil de definir, el amor hacia algo intangible, al todo que engloba lo que es la cultura y que les representa.

Muchos de los que allí actuaron, se convirtieron en verdaderas leyendas de la música, entre ellos estaban: Creedence Clearwater Revival, Jefferson Airplane, The Who, Blood, Sweat & Tears, The Grateful Dead, Ravi Shankar y Joe Cocker. Sin olvidar las actuaciones de Janis Joplin y Jimi Hendrix.

El segundo día del concierto, Janis cantó diez de sus canciones, entre ellas las célebres 'Piece Of My Heart' y 'To Love Somebody'. Falleció un año después del festival a causa

---

<sup>30</sup> Imagen tomada de sitio web: Tinerguia (25 de agosto de 2009). Woodstock inicia el ciclo Sympathy for the rock. En: <http://www.tinerguia.com/2009/08/25/woodstock-inicia-el-ciclo-sympathy-for-the-rock.html>

de una sobredosis de heroína, contando tan solo con 27 años de edad. La misma situación se produjo con Jimi Hendrix, muriendo al igual que Janis un año después, en 1970 por la misma causa, considerado uno de los mejores guitarristas, cerró el festival de Woodstock.

El festival tuvo una gran repercusión en los medios y en la escena musical. Contemplado como uno de los más significativos sucesos sociológicos y políticos del siglo. Un fragmento de NO-DO de 1969 aludía así al festival de Woodstock<sup>31</sup>:

“La imaginación soñó nuevas formas de vida, de expansión, de convivencia, de expresión, de hacer aflorar las sensaciones. Se buscó en todos los lados, hubo un retorno a la naturaleza, el paraíso perdido por Adán y Eva, se inventaron caminos supuestamente no recorridos y muchos encontraron la felicidad en el grupo.”

El reportaje de "Informe Semanal" realizado en 1979 con motivo del décimo aniversario de la celebración del festival musical de Woodstock relataba:

“Para muchos de los asistentes a Woodstock que se mojaron bajo la lluvia y patinaron en los grandes barrizales, el rock era algo más que música, era una liberación de la misma categoría que el sexo o la droga, desde un punto de vista musical el rock era la contestación a la música estándar comercial, los músicos de rock según su misma filosofía eran algo así como los padres espirituales, llegando a ser una especie de Mesías cuando se trata de grandes ídolos como Bob Dylan.”<sup>32</sup>

El activista social, escritor y político Abbie Hoffman coloca al festival como el punto de partida de una nueva América, el nacimiento de una nación, la de Woodstock surgida de las semillas del festival de la hermandad.

---

<sup>31</sup> Rtve (2009). *Fragmento del NO-DO de 1969 alusivo al festival de Woodstock [Video]*. Disponible en: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/fue-noticia-en-el-archivo-de-rtve/woodstock-no-do-1969/546133/>

<sup>32</sup> Rtve (2009). *Reportaje de "Informe Semanal" realizado en 1979 con motivo del décimo aniversario de la celebración del festival musical de Woodstock [Video]*. Disponible en: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/musica-en-el-archivo-de-rtve/decimo-aniversario-del-festival-woodstock/545807/>

Woodstock se convirtió en el icono de una generación de estadounidenses que estaba harta de guerras e intentaban hacer de su estandarte la paz y el amor tomándolo como una forma de vida. La mayoría de la gente que asistió al festival era “hippie”, y se proclamaban en contra de la guerra de Vietnam. Jimi Hendrix tocó el himno estadounidense solamente con una guitarra eléctrica como signo de protesta a los comportamientos bélicos del gobierno. Sus ideales eran, el pacifismo, el amor libre, la vida en comunas, el ecologismo y el amor por la música y las artes.



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

#### **4.4.2 Antecedentes y principales festivales en España en la década de los sesenta**

##### **Contexto económico y social**

Durante la década de los sesenta, Europa se encuentra en un periodo de recuperación de la posguerra, denominándose el transcurso de los años 1945-1975 como “los 30 años gloriosos”, durante los cuales se produjo una reconstrucción y expansión económica y social.

España, en plena etapa franquista comienza un proceso de modernización con la ambición de integrarse en la Comunidad Europea. España comienza una época de bienestar con el aumento del poder adquisitivo y la creación de una nueva clase media. En 1959 se crea el Plan de Estabilización, que representa un marco normativo que integra una serie de medidas y disposiciones para pasar de una economía autárquica, con un mercado de producción exclusivamente nacional hacia la búsqueda de expansión a mercados internacionales. A todo esto se le une el denominado “boom turístico”, con la llegada masiva de turistas, abriendo las fronteras del país al exterior e incorporando las nuevas modas y estilos de vida de los homólogos europeos.

En el ámbito cultural, con la llegada del franquismo, cuya ideología se basaba en los valores tradicionales, el nacionalismo y el catolicismo, apareció la represión hacia cualquier actividad cultural con el consecuente exilio masivo de artistas e intelectuales, como sería el caso de Pablo Picasso, Pau Casals, Ortega y Gasset o Severo Ochoa, entre otros.

“En el mundo cultural de los años 60, que disfrutaba de ese grado de tolerancia, propio del autoritarismo tecnocrático y de las prácticas de la dictablanda que había adoptado el Régimen en esta etapa, apareció la subcultura de la evasión. La cual vivía de la literatura rosa de kiosco; las novelas policíacas; las fotonovelas; los folclóricos –Juanito Valderrama, Antonio Molina, Juanita Reina- y las tonadilleras –Imperio Argentina, Estrellita Castro, Lola Flores, Conchita Piquer, Juanita Reina etc.-. Sin olvidar

el fútbol, que había desplazado a los toros en la predilección popular, a pesar de los saltos de la rana del Cordobés y que había convertido esa fastuosa exhibición colectiva de fuerza y destreza, a la que las quinielas abrían una ventana hacia el sueño millonario, en la palestra donde se enfrentaban las orgullosas identidades regionales y nacional como compensación al desvalimiento individual, consecuencia de una opresión que continuaba siendo insoportable”. *Discurso de investidura como Doctor Honoris Causa* del Profesor Doctor D. José Vidal-Beneyto (p.31)

Si bien, la ideología política propia del franquismo, se mantiene mientras se produce un desarrollo económico a lo largo de toda la década, las libertades propias de una sociedad de consumo van creciendo y la llegada masiva de turistas a las costas españolas, contribuye a los cambios de mentalidad paulatinos.

Los años sesenta, son una época de florecimiento cultural a nivel internacional, surgiendo nuevos estilos musicales que traspasaron fronteras y comenzando una época de expansión turística. La música procedente de fuera del territorio nacional estimula a los jóvenes españoles y se produce una ruptura generacional con los gustos musicales anteriores. A esta nueva música se la empieza a denominar como “música moderna” “ye-ye”<sup>33</sup> o “música pop”.

Ya en la década de los cincuenta surgen grupos en España imitadores de los modelos extranjeros, pero es a partir de la década de los sesenta cuando se comienza a hacer evidente la eclosión de la música pop.

Los medios de comunicación contribuyen a la inmersión de la “música moderna” en el territorio nacional, como sería el caso del programa radiofónico *Caravana Musical*, que comenzó su emisión en 1960, retransmitiendo música americana rock. En 1963, tras el éxito del anterior, la cadena SER crea *El Gran Musical*, que lanza a las ondas los últimos éxitos nacionales y extranjeros.

---

<sup>33</sup> La música yé-yé es un estilo de música pop, popularizado en Francia, España y Latinoamérica durante la década de los sesenta. El género tiene influencias del soul, el rhythm & blues y el pop. El **movimiento ye-ye** supuso una revolución con cambios en la cultura musical española y en muchos otros aspectos. La cultura **pop** se convirtió en un estilo de vida, una manera de actuar ante los cambios sociales, una forma de vestir y un gusto por la música denominada como moderna.



En televisión, el programa *Escala en Hi-fi*, hacía *play back* con los últimos éxitos del momento. Entre las revistas dedicadas a la música del momento, se pueden destacar: *Discóbolo* (1962-1971), *Fonorama* (1963-1968) y *Fans* (1965-1967).

La prensa musical, dedicaba sus páginas a los cantantes de moda, reportajes, entrevistas, listas de éxitos y festivales de música, que junto con los programas de radio y televisión, contribuyeron a la inclusión de la música ye-ye de Francia, el Beat británico o el rock americano.

Ye-Ye fue un término tomado del francés, con su origen en la transcripción fonética del inglés "yeah-yeah", (yes), expresión que se solía intercalar en las canciones, aunque estas estuvieran escritas en francés. La expresión se utilizaba para denominar el tipo de música pop de ritmo acelerado. En Francia, se produce una rauda difusión de la música moderna francesa. Según el sociólogo Edgar Morin, existía una relación entre los jóvenes ye-ye y la revista *Salut Les Copains* (1962) que anunció el concierto organizado como celebración de la salida del Tour de Francia, al que asistieron más de 100.000 personas.

En los artículos publicados en *Le Monde* por Edgar Morin, se hace referencia a una nueva generación, que él identifica como "teenagers" (señalando a los jóvenes entre 13 y 19 años) denominada "generación ye-ye".

En España, la moda ye-ye se propagó rápidamente. La cantante y actriz Concha Velasco, lanza el estilo en la película *La chica ye-yé*, de 1965, aunque hubo éxitos anteriores de cantantes femeninas como los de Karina (1963). Ser ye-ye, era sinónimo de ser joven y moderno. En la película *Megatón ye-ye*, se refleja el deseo de independencia de los jóvenes con respecto a los adultos.

El gran éxito de los Beatles y de otros grupos anglosajones impulsó el inglés como idioma por excelencia de la música. El periodista José María Iñigo afirmaba, "en los sesenta el inglés se convirtió en la lengua franca de la modernidad" (Iñigo, 2004:28).

Todas estas tendencias musicales traspasando las fronteras españolas, contribuyen a la modernización de las costumbres de los jóvenes españoles, que empiezan a sentirse más cercanos a Europa y América. En la cita de José María Iñigo "la música y la moda fueron claves para que España compartiera la modernidad en la que llevaba ya instalada unos

años antes el resto de Europa occidental. Si política y económicamente España avanzaba con retraso, en música estuvimos a la última desde el primer momento” (Iñigo, 2004:39).

Esta revolución musical cuyo preludeo fueran los Beatles hizo que muchos grupos españoles siguieran sus pasos, introduciendo el “beat”<sup>34</sup> británico en España. Sería el caso de grupos como Los Pekenikes, Los Salvajes, Los Mustang, Los Estudiantes o Los Brincos.

El Dúo Dinámico, es considerado como “los primeros ídolos de la juventud española”. Comenzaron haciendo versiones de éxitos americanos, actuando en la radio y en salas de fiestas, lanzando sus propios temas en 1960. En 1961 obtuvieron el segundo puesto en el Festival de Benidorm y ganaron en primer premio del Festival del Mediterráneo en 1966 con la canción “*Como ayer*”. Fueron los Pioneros en España en utilizar su atuendo como una seña de identidad, emulando a los cantantes norteamericanos.

Los nuevos estilos de música irrumpieron en el territorio nacional en la década de los sesenta, difundiéndose con rapidez a pesar de la falta de libertades y el retraso económico de España en aquellos momentos. Los medios de comunicación contribuyeron en gran medida a su rápida expansión haciendo de la música una forma de expresión de la juventud que a lo largo de la década se manifestaría además de a través de la música, con la manera de vestir y de pensar.

---

<sup>34</sup> El término Beat se utilizó en los años cincuenta para definir un movimiento cultural y social llamado generación beat. El fenómeno cultural defendía los ideales de libertad sexual, la filosofía oriental, el uso de drogas y el rechazo hacia los valores convencionales de la sociedad americana. La música Beat es un género cuyos principios tuvieron lugar en Liverpool, (Reino Unido), a principios de la década de los sesenta. La instrumentación utilizada por las bandas de este estilo eran la guitarra eléctrica, el bajo eléctrico y la batería. Entre las bandas más importantes del género se encontraban The Hollies, The Monkees o The Zombies.

## **Festivales españoles en la década de los sesenta**

Durante la década de los sesenta surgirían en España varios festivales dedicados a la denominada “canción ligera”<sup>35</sup>. Los festivales que más repercusión tuvieron serían el Festival de la Canción Mediterránea y el Festival de Benidorm, con una intención claramente turística, una gran infraestructura turística como apoyo y una gran repercusión mediática, pero no serían los únicos de la época. Entre los festivales más representativos de la década de los sesenta en España se encuentran:

**Festival de la canción de Benidorm:** comenzó celebrando una primera edición en 1959, en un intento de lanzar a Benidorm como enclave turístico, e inspirándose en el éxito del Festival de San Remo, en Italia.

Figura 3. Cartel promocional primera edición del Festival de la canción de Benidorm<sup>36</sup>.



Sentaron las bases del concurso, el escritor y periodista Carlos Villacorta, el alcalde de la ciudad, Pedro Zaragoza Orts y Teodoro Delgado Pomata. Muchas de las canciones representadas en este certamen cosecharon éxitos en el futuro. En su segunda edición, la

---

<sup>35</sup> Canción ligera: género de música popular caracterizado por instrumentaciones suaves y simples con un carácter melodioso.

<sup>36</sup> Imagen tomada de [guateque.net]. Disponible en: <http://www.guateque.net/festivalbenidorm.htm>

televisión se encargó de distribuir el festival y se empezó a rodar la película Festival de Benidorm en ese mismo año 1960, estrenándose un año después. Este festival sería el preludeo de muchos festivales similares que surgirían a continuación.

**Festival de la Canción del Mediterráneo:** su primera edición tuvo lugar en el mes de septiembre de 1959, impulsado al igual que el Festival de la Canción de Benidorm por el éxito del Festival de San Remo, cuyo comienzo tuvo lugar en 1951, pretendía servir de vía de difusión de la música española al resto del mundo. Se celebraba anualmente coincidiendo con las fiestas de la Mercè, en Barcelona. En el festival participaron además de España, Argelia, Chipre, Egipto, Francia, Grecia, Israel, Italia, Malta y Mónaco. Se celebró durante nueve ediciones, hasta el año 1967.

**Festival de la Melodía de Costa Verde:** Comenzó a finales de los años cincuenta, celebrando convocatorias no musicales, pero es a partir de 1960 cuando se establece como festival de la canción. Se celebró anualmente durante los veranos en Gijón hasta 1963. En él se hicieron populares canciones como “*Somos jóvenes*” o “*A tu vera*”.

**Festival Hispano-Portugués de Aranda de Duero:** Su primera convocatoria tuvo lugar en el año 1960, celebrándose anualmente hasta 1970. La participación se limitaba a autores españoles y portugueses y servía como muestra de las buenas relaciones entre los dos países. El festival se celebró en Aranda de Duero y en alguna ocasión en Oporto. A partir de 1962, fue retransmitido por Televisión Española, aprovechando a su vez para hacer campaña turística de la ciudad de Aranda.

**Certamen de la Canción de Madrid:** En pleno “boom festivalero”, para intentar reproducir el éxito de los festivales Benidorm y del Mediterráneo, Madrid celebra en 1961 el primer Certamen de la Canción de Madrid con escaso éxito, haciendo una segunda y última edición en 1963.

**Festival Internacional de la Canción de Mallorca:** Sería el certamen con más repercusión en los medios, después del Festival de Benidorm y el Festival de la Canción del Mediterráneo. Celebró su primera edición en el año 1964 con un claro propósito de proyectar la isla como el escenario turístico ideal en pleno “boom turístico”. En el primer certamen del festival, eran varias las canciones que contenían títulos y letras aludiendo a

la isla, sirviendo de promoción, como: *Verano en Palma de Mallorca, Mallorca* y *tú o Noches de Palma*.

**Festival de la Canción Menorquina:** en el mismo año que comenzó el Festival Internacional de la Canción de Mallorca, debuta este Festival en la isla de Menorca, con una escasa repercusión mediática, el Festival realizaría su última edición en el año 1967.

**Festival Hispano-Portugués de la Canción del Miño:** Celebrado anualmente desde 1965 hasta 1971, en Orense. Reunía a cantantes de la escena española y portuguesa.

**Festival del Atlántico:** Sumándose al “boom festivalero” del momento, nace en el año 1966 en Santa Cruz de Tenerife, al igual que los demás, en un intento de promocionar las Islas Canarias como destino turístico, con canciones promocionales como *Luna de Miel* en Tenerife o *En Canarias*.x

**Festival Internacional de la Canción de Málaga- Costa del Sol:** En su tentativa promocional, la ciudad de Málaga lanza su propio festival en el año 1968. En la edición de 1971 concursaron los componentes masculinos del famoso grupo ABBA.

**Festival Internacional de la Canción de Barcelona:** Sucesor del Festival de la Canción Mediterránea. En 1968 el Ayuntamiento de Barcelona celebró su primera convocatoria.

Hubo otros festivales dedicados a la canción que surgirían a lo largo de la década de los sesenta y principios de los setenta surgidos de esta “moda festivalera”, que intentaron hacerse un hueco en el mundo de la música y hacer promoción de las respectivas ciudades donde tenían lugar. Algunos ejemplos serían el Festival de la Canción de Alcobendas, Melilla, Oropesa del Mar, Montijo o Sanlúcar de Barrameda.

**El circo Price:** La difusión del rock en España, estuvo fuertemente ligada a los festivales de música moderna. En Noviembre de 1962 nacen las matinales del Price, (Price Music Hall). Festival donde se daba cabida a la denominada música moderna. Se celebraban en la Plaza del Rey, los domingos por la mañana, con un aforo para 2.200 espectadores. El primer concierto tuvo lugar el 18 de Noviembre de 1962, anunciándose como “un espectáculo de juventud para los jóvenes amantes de la música de nuestro tiempo” en los carteles publicitarios. Estas matinales del rock tuvieron un gran impacto en los medios de comunicación.

El (nº 27, 8 de diciembre de 1962) de la revista *Triunfo* dedicó un reportaje a los conciertos del Circo Price aludiendo al entusiasmo que estaban provocando en los más jóvenes: “El espectáculo, habitual en otras capitales europeas, de desenfreno e incondicional devoción por los ritmos nuevos, se ha visto en su propia salsa en el recinto teatral madrileño. Los jóvenes han respondido al ritmo que electriza hoy día a todo el mundo” (*Triunfo*, nº 27, p. 15).

El 17 de diciembre de 1962, una vez finalizada la tercera sesión de las matinales del Price fue publicado en el diario *Madrid* un artículo, que rezaba: "Desde hace algún tiempo, el madrileño Circo Price dedica una mañana de domingo cada quince días a la música de jazz, y con bastante éxito, puesto que el aforo del local se ve repleto. Twist, rock, madíson, todo el ritmo moderno tiene cabida en estos programas, que los espectadores siguen con un entusiasmo realmente extraordinario, agitándose en sus asientos como si bailaran al compás de los instrumentos musicales. Hemos sacado de estas sesiones una conclusión importante: los conjuntos españoles de música de jazz no tienen nada que envidiar a los extranjeros. En suma, podemos estar orgullosos."<sup>37</sup>

Las matinales del Price tuvieron una gran repercusión en los jóvenes y comenzaron a aparecer comentarios negativos sobre el Festival en diversos medios de comunicación.

“La butaca es como una cárcel para estos muchachos que necesitan moverse, bailar el Twist, gritar, aplaudir [...] Se levantan, chillan, marcan unos compases, se vuelven a sentar; silban cuando un número les gusta [...] ¿Dónde vamos a parar? Los chicos se suben por las paredes, mientras les dejan, claro. Quieren más, más... [...] Los dos mil muchachos salen tarareando *Speedy Gonzalez*”. (*Triunfo*, nº 27, p. 25)

El martes 26 de febrero de 1963, dos días después de la séptima sesión, en el diario *Pueblo* se publicaba una fotografía con jóvenes asistentes al festival bailando en la calle, con el título: "Twist en las calles de Madrid", y el texto del artículo manifestaba:

"Sobre el asfalto, en la acera, a la intemperie en plena calle, bajo la lluvia, estos jóvenes bailan el ritmo de nuestro tiempo: el twist; esta histeria colectiva no se ha producido en Londres ni en Estocolmo. Acontece en Madrid y a las

---

<sup>37</sup> Diario Madrid. (17 de diciembre de 1962), recogido de: El circo Price y sus matinales [losteenboys.com] en: <http://www.losteenboys.com/circoprice.html>

dos de la tarde del pasado domingo. No ha sido una escena única e insólita la que ha captado el fotógrafo. Se repite cada día festivo tras las sesiones de ritmos modernos que con gran éxito de público se celebran en nuestra capital. Miles de jóvenes, tras haber soportado dos horas o más de guitarra eléctrica, batería y canciones en inglés, inician al ritmo del twist en su vuelta a casa. ¿Quiénes son estos muchachos? No creemos que sean universitarios. No creemos que sean jóvenes obreros. ¿Dónde puedes ubicar a estos chicos? ¿De dónde salen? ¿A qué se dedican? Unas preguntas que nos hacemos sin más afán que entender a este sector de la juventud."<sup>38</sup>

Las críticas hacia el festival, se fueron sucediendo concluyendo a principios de 1964, tras quince sesiones, con la prohibición de las matinales por la Dirección General de Seguridad, sin margen para recursos.

**Festival para la juventud:** En el Palacio Municipal de los Deportes de Barcelona, tuvo lugar el denominado “Festival para la juventud”, con Luis Arribas Castro como maestro de ceremonias, creador del programa radiofónico Europa Musical. Actuaron en este festival los grupos del momento: Los Gatos Negros, Lone Star, Salvajes, Dúo Dinámico, Jóvenes, Bravos, Sirex y Los Brincos.

**Festival de los ídolos:** El 19 de mayo de 1966, se celebró el festival de los ídolos, en el palacio de los deportes de Madrid. Después del aluvión de festivales dedicados a la canción que surgirían a lo largo de la primera mitad de la década de los sesenta, nacerían los primeros festivales dedicados a los grupos celebrados en España. Tras una votación con un amplio despliegue de publicidad en los medios de comunicación, patrocinado por los grandes almacenes El Corte Inglés, los cinco grupos votados como los más populares del territorio nacional, sin contar esta vez con solistas: Los Bravos, Los Mustang, Los Brincos, Los Sirex y Los Relámpagos. Los grupos accedieron al Palacio de los Deportes a bordo de un cadillac distinto cada uno, a uno de los cinco escenarios allí dispuestos, e interpretarían entre 8 y 10 canciones por grupo. El espectáculo fue presentado por Tomás Martín Blanco y contó con una escenografía muy lujosa, con una puesta en escena muy “norteamericana” que reunió unos 15.000 asistentes.

---

<sup>38</sup>Diario Pueblo. (26 de febrero de 1963), Twist en las calles de Madrid [losteenboys.com]. Recogido de <http://www.losteenboys.com/circoprice.html>



## **4.5 DÉCADA DE LOS SETENTA**

### **4.5.1 Contexto internacional**

Al principio fue solo bailar, todos alrededor de un reloj,  
pero nadie supo adivinar, que sería el idioma mejor.  
Por la imagen que nos dio,  
¡Larga vida al Rock and Roll!  
Cuando oigo tocar Rock and Roll, yo me olvido del mundo exterior,  
siento todo y es todo mejor, la energía me va al corazón.  
Por la marcha que nos dio,  
¡Larga vida al Rock and Roll!  
Cuando quiero decir rebelión, en nombre de mi generación,  
simplemente digo Rock and Roll y mi gente me entiende mejor.  
Tú que piensas que ya se acabó, manifiestas un claro desdén,  
por lo que el Rock and Roll representa, más que no morirá, ¡apuesta!  
Cuando quiero decir rebelión, en nombre de mi generación,  
simplemente digo Rock and Roll y mi gente me entiende mejor.  
Larga vida al Rock & Roll (Barón Rojo)

Los años setenta del pasado siglo XX, son considerados como una de las grandes décadas de la historia de la música, empezaría con la muerte de dos grandes símbolos de la escena musical de la época, Jimi Hendrix y Janis Joplin, ambos fallecidos por sobredosis.

Como características generales de la década, la vida política se ve dominada por los conflictos árabes-israelíes y la etapa final de la guerra de Vietnam. En España, el presidente del gobierno Luis Carrero Blanco es asesinado por la banda terrorista ETA y muere Francisco Franco, acabando así con la dictadura militar en la mitad de la década y dando paso a la época de transición en España.

Algunos sociólogos de la American Chicago School realizan "una serie de estudios basados en investigaciones de su propia ciudad, los cuales han sido reconocidos ampliamente como el inicio de los primeros estudios urbanos modernos y como el cuerpo de investigación social más importante" (Hannerz, 1982:30). De todos estos trabajos surgirían valiosos estudios sobre cultura juvenil, con autores como: (Thrasher, 1963; Wirth, 1960; Foote, 1993; etc.).



Años más tarde en el Birmingham Centre for Contemporary and Cultural Studies (CCCS), el sociólogo Dick Hedbige y el teórico cultural Stuart Hall proponen un nuevo modelo para estudiar a los jóvenes a través del término “subcultura”, entendiendo el término como la resistencia juvenil de la clase trabajadora. En el libro, *Resistance Through Rituals*, Hall expone las manifestaciones juveniles durante la posguerra en Inglaterra, llegando a varias conclusiones:

La “subcultura” puede definirse como una oposición social de la clase trabajadora. Desde una visión marxista, se ve a estos jóvenes como un producto de masa media, denominado como “teenager consumer”, donde los jóvenes se van apropiando de los productos provenientes del mercado, incluyendo todo lo referente a la música. Denominado todo esto como una relación dialéctica entre los jóvenes y la industria del mercado. (Hall y Jefferson, 2005).

Por otro lado, en el libro *Subcultura: el significado del estilo*, escrito por Dick Hedbige (2002), realiza un estudio sobre el término Subcultura y la relación entre aquellas subculturas que surgieron desde la posguerra como los “punks”<sup>39</sup>, “skinheads”<sup>40</sup>, los “teddy boys”<sup>41</sup> o los “mods”.

---

<sup>39</sup> Movimiento contracultural que surgió en el Reino Unido en los años 70 como protesta de la juventud urbana ante el convencionalismo de la sociedad y la crisis económica, que se manifestó principalmente en lo musical y que se caracteriza por la defensa de una indumentaria estafalaria y poco convencional (ropa desgastada y ajustada, botas, pelo teñido, crestas) y, en algunos casos, por la exaltación de la violencia.

<sup>40</sup> El término “skinheads significa cabezas rapadas y es utilizado para denominar a los miembros de un movimiento juvenil originado en Gran Bretaña descendiente del movimiento mod. La radicalización del movimiento mod, con una estética y una actitud más agresiva da lugar a lo que se conoció como hard-mods, que vestían con ropa más práctica e identificada con la clase obrera, como botas de trabajo o tirantes y el pelo más corto. Los grupos de hard-mods reciben nombres como noheads o baldheads, hasta finales de los 60 cuando empiezan a ser conocidos como skinheads.

<sup>41</sup> Subcultura cuyo inicio tiene lugar en Inglaterra en la década de los 50. Los Teddy Boy se caracterizaban por usar vestimentas inspiradas en los dandies de la época eduardiana, (corbatas, zapatos estilo creepers, pantalones estrechos y chaquetas y blazers utilizados en la época de Edward VII). Los Teddy boys son considerados como una de las primeras subculturas juveniles en emerger en la etapa de la post guerra.

Para Hedbige la subcultura es el desafío a la hegemonía, los integrantes de las denominadas subculturas rechazan la cultura dominante mediante sus ropas, expresiones y manifestaciones

La década de los setenta comienza con varios acontecimientos que pasarían a formar parte de la historia musical. Paul McCartney anuncia su separación del grupo The Beatles, y Jim Morrison, uno de los iconos del rock, cantante de The Doors muere en 1971, también por sobredosis. Con la frase, incluida en la canción God, de John Lennon "El sueño ha terminado", se da por empezada una nueva etapa en la historia del rock. En la década de los setenta, el rock experimentaría una gran masificación, con grupos como Led Zeppelin The Rolling Stones y Pink Floyd.

Bennett Berger describe en los comienzos de la década, las influencias de las sociedades consumistas en los ambientes juveniles y el nacimiento de subculturas, donde la manera de ingresar de los jóvenes al mundo adulto, no pasaba necesariamente por la inserción en el mundo laboral o la reproducción del ejemplo paterno con la creación de una familia. Se implantó así en la década de los setenta una nueva "forma de vida" que no tenía necesariamente que seguir con lo anterior. Muñoz y Muñoz (2008) hablan de un futuro pluridimensional para los jóvenes, en el que los modelos explicativos y hegemónicos adultos ya no tienen cabida y proliferan más los enigmas que las soluciones. De esta forma, los jóvenes tienen visiones utópicas del futuro contrarias a la supervivencia basada en la sociedad del trabajo, lo que da paso a una sociedad del riesgo en la que los jóvenes se sienten vulnerables y como respuesta buscan el auto-cuidado.

Haciendo alusión a la música como forma de vida Frith señalaba que: "Nosotros absorbemos canciones en nuestras propias vidas y ritmos en nuestros propios cuerpos" Frith (1987: 139). Jean-Marie Seca (2004) elaboró un estudio sobre la protesta y rebeldía juvenil en los suburbios de París, relacionándolo con las prácticas musicales alternativas.

Según Hedbige (2002), el estilo representa una forma de rechazo, en la que determinados objetos se convierten en símbolos de identidad, que principalmente buscan diferenciarse de la cultura parental y dominante. "Si la sociedad demanda que estén bajo constante vigilancia, ellos se expondrán a sí mismos (...), si demanda que sean consumidores, ellos podrían consumirse a sí mismos como objetos fetiches (...), si la sociedad localiza el

cuerpo de la juventud en los espacios de lo doméstico, el consumo y la educación (...), entonces ellos podrían construir sus propios lugares en los espacios de transición entre esas instituciones: en las calles.” (Grossberg 1992: 178-179)

Turner (1974, 1982, 1988), estudió el estado liminar de los rituales, que en la sociedad tendía a ser característico de los grupos al margen de la estructura social, incluyendo al movimiento hippie como un ejemplo. Dolto (1992), se refirió a la adolescencia después de la década de los cincuenta como un estado de conciencia o experiencia filosófica. “la juventud va a comenzar a celebrarse como un fin en sí misma, como una formación independiente y distinta, en oposición al mundo adulto” (Grossberg 1992: 178).

(Frith, 1983; Bennett, 2001), hacen una descripción de la juventud como personas con fronteras inestables. Frith (1987) destacó en la música, no solo un elemento de expresión de identidad, sino el fundamento que contribuye a su formación. Chambers, (1985), se refiere a la música popular como la manera que tienen los jóvenes urbanos de vivir la modernidad. Grossberg, apuntó a que esta rebelión juvenil, además de en la música, vino ligada a determinadas estéticas, según el subgénero musical al que fueran asociadas, constituyendo identidades que les diferenciaran con respecto a los demás.

## **4.5.2 Cultura y contracultura**

“No tengo un concepto desde el cual definirme,  
pero si lo tuviese que hacer, diría que soy yo”  
(Lord Fer, integrante de la Escena Gótica Mexicana)<sup>42</sup>

En la obra *Primitive Culture* (1871), el antropólogo Edward Tylor definió la cultura como “todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, la costumbre y cualquier otra capacidad y hábito adquirido por el hombre en cuanto es miembro de la sociedad” (Montes del Castillo, 1993:5)

En su artículo, *Cultura y modernidad*, Padilla hace una reflexión acerca del sitio que ha ocupado la cultura en la evolución del hombre:

“Las ideas de Darwin no pueden ser trasladadas al campo social ya que aparentemente la evolución no ha logrado avanzar más allá de la simple supervivencia. La evolución, con el hombre ha traspasado esa frontera, sustituyendo el mecanismo biológico de la selección natural, por el sociológico de la cultura. Los productos culturales sustituyen con enorme ventaja y versatilidad a los mecanismos biológicos de adaptación. La cultura es un estado elevado, perfeccionado de la evolución; es la nueva vía, la nueva aventura de la sociedad” (Padilla Lozano, 2000:52)

Lesly White, en su obra *La Ciencia y la Cultura* (1964), entiende la cultura como “las cosas y los acontecimientos que dependen de simbolizar, en cuanto son consideradas en un contexto extra somático” (White, 1964:337), fuera del individuo mismo, comprendiendo así la cultura en las interacciones entre individuos.

En la vía de movimientos contraculturales en España, a finales de la década de los setenta empieza a verse el reflejo de una cultura *underground*, propulsando unos procesos de cambio. Nace así una juventud con una identidad más vitalista y hedonista. Esta

---

<sup>42</sup> Arce, (2008, Abstract)

subcultura juvenil, sería denominada como “la movida”, atraída por el consumismo, la moda y los valores estéticos, en la búsqueda del placer y los propios ideales.

Dentro de la teoría marxista, en los estudios culturales del Birmingham Centre for Contemporary and Cultural Studies (CCCS) el sociólogo Dick Hebdige y el teórico cultural inglés Stuart Hall estudiarían el término subcultura como la resistencia juvenil de la clase trabajadora.

El término "Subcultura" se usa en las disciplinas de semiótica cultural, sociología y antropología para definir a los grupos de personas diferenciados de la cultura dominante a través de determinados comportamientos y creencias.

Montes del Castillo, (1993), alude al significado peyorativo del término subcultura, denominando con él a las minorías frente a la cultura dominante, “... pero no de cualquier minoría, sino sobre todo de minorías marginales o periféricas. Así se habla de subcultura juvenil, subcultura delincuente o de la droga, o subcultura regional o local, indicando que los primeros, los jóvenes, por edad están en el límite de la cultura adulta, los delincuentes y drogadictos están en el límite de la legalidad vigente, y los regionales o locales están en la periferia de la cultura nacional, es decir, en el margen” (Montes del Castillo, A. 1993:4).

Milton M. Gordon definió así el término: "subdivisión de la cultura nacional, compuesta de una combinación de situaciones sociales, tales como de status de clase, trasfondo técnico, residencia regional, rural o urbana y afiliación religiosa, aunque formando en su combinación una unidad de funcionamiento dotada de un impacto integrado en los individuos participantes". (Gordon, 1947:40)

Analizando el concepto de subcultura, surge el término contracultura como forma de oposición a la cultura dominante. Roszak (1969) define la “*counterculture*” como la oposición hacia la hegemonía, buscando un nuevo estilo de vida. Montes (1993) coloca el término contracultura como la expresión de una revolución cultural como forma de oposición a esa cultura dominante.

Autores españoles también analizaron el concepto “*contraculture*”, definido por José Agustín como “una serie de movimientos y expresiones culturales, usualmente juveniles, colectivos, que rebasan, rechazan, se marginan, se enfrentan o trascienden la cultura institucional”, (Agustín, 1996:129). El periodista Rogelio Villarreal sitúa la contracultura como cualquier signo de oposición a los órdenes establecidos: “La contracultura puede entenderse como aquello que se opone a toda forma de convención social o de conservadurismo, a todo lo establecido que permanece inmutable o incambiable” (Villarreal, 2000: 23). De esta manera, se entiende como contracultura cualquier movimiento en oposición a la cultura dominante, englobando dentro de movimientos contraculturales el movimiento hippie, la generación beat o el movimiento punk.

Dentro de todos estos movimientos contraculturales se encontraron varias formas de expresión, sobre todo en el campo de las artes, pintura, comic underground, literatura y por supuesto la música, llegando a considerar en las décadas de los sesenta y setenta a los líderes de bandas musicales como iconos de la revolución contracultural, como podría ser el caso de Jim Morrison o Jimi Hendrix.

Para Chambers, (1985), el consumo de música forma parte de la vida cotidiana de los jóvenes que construyen su estilo de vida a través del consumismo, buscando una estética que forme parte de su identidad. Frith (1983) apuntó que la comercialización de la música no comenzó con el *rock 'n' roll*, pero la repercusión cultural que obtuvo el *rock 'n' roll* es tomado en la historia de la música como una circunstancia sin precedentes. Billig (2000) exponía que el *Rock 'n' roll* sonaba diferente de cualquier cosa que las generaciones anteriores hubieran escuchado. Se trataba de un nuevo sonido.

Billig sostiene que las generaciones que habían vivido la Segunda Guerra Mundial y los tiempos de depresión, preferían música más suave, mientras que sus hijos, nacidos en tiempos más seguros y de abundancia tenían preferencia por ritmos más fuertes.

Dick Hebdige, analizó las bases de pertenencia a determinadas subculturas mediante el consumo de música y ropa que marcaban un estilo propio de correspondencia a un grupo social. Del concepto de subcultura y contracultura, nacen las “tribus urbanas”, compuestas por individuos que actúan según la ideología de una determinada subcultura.

El Diccionario Enciclopédico de Sociología define el término tribu como: “unidad étnica que se caracteriza por el mismo idioma y cultura, la conciencia colectiva y sentimiento de pertenencia común, así como por el lugar de residencia en común o la emigración. Para la tribu son esenciales los símbolos comunes, las tradiciones estables y la venta colectiva hegemónica”. En pleno auge de movimientos contraculturales, comienza a usarse el concepto de tribu urbana para referirse a los jóvenes que por sus ideologías, vestimentas y gustos musicales buscan diferenciarse de los demás.

Klaudio Duarte, indica que para la mayoría de investigadores la juventud es: “una condición natural, sin diferencias, definida por su proceso psicobiológico, independiente de los condicionamientos históricos, económicos y culturales que la producen”, (Duarte, 1994), tratándose así de un proceso transitorio de los individuos. En cambio, otros autores sostienen el comienzo de la “juventud”, como la entendemos ahora, desde la instauración del ocio de manera global en la sociedad. Feixa, (1998) define a las Tribus Urbanas como expresiones colectivas que se reúnen alrededor del ocio y del tiempo libre.

En un estudio que analiza la Comercialización de los ocios, realizado en Suecia en 1996<sup>43</sup>, se llegó a las siguientes conclusiones:

- El comercialismo neutraliza las necesidades fundamentales al mismo tiempo que simula satisfacerlas;
- El comercialismo crea una visión deformada de la humanidad y trabaja en pro de un humanismo egocéntrico;
- El comercialismo cultiva el mito de la eterna juventud;
- El comercialismo refuerza la alienación y utiliza la inseguridad popular;
- El comercialismo crea necesidades artificiales mediante la publicidad y los estudios de mercado.

Dentro de estos movimientos contraculturales Maffesoli (2004) plantea las tribus urbanas como grupos transitorios y con gusto por la visibilidad. Alude a que los jóvenes se encuentran en un proceso de individualización donde lo único importante son ellos

---

<sup>43</sup> La comercialización de los ocios, Suecia, Documento de Trabajo INJ. Santiago, 1996. (Citado en: Molina, 2000)

mismos, pero con una necesidad de socialización, creándose así grupos con un alto grado de narcisismo y exaltación del grupo. Definidas como “...organizaciones fugaces, inmediatas y calientes, en las que prima la proximidad y el contacto, la necesidad de juntarse sin tarea ni objetivo, por el hecho de estar; como si se tratara de un refugio antes que una empresa..” (Margulis y Urresti, 1998:7).

El rock desde su origen comenzó a expandirse en el periodo de posguerra, al mismo tiempo en que la adolescencia se consolidara en Europa y Estados Unidos como campo de estudio. La música rock se erigió como una manifestación cultural propia de los jóvenes e instrumento de diferenciación con el mundo adulto. Según Grossberg, estas diferenciaciones llevarían al análisis de subculturas, contraculturas y tribus urbanas, estudiándose como algo que debería “ser correctamente insertado dentro del sistema dominante de relaciones sociales y económicas (...) era necesario un proceso de disciplinamiento y control, dentro de instituciones calificadas para guiarlo hacia el mundo adulto” (Grossberg 1992:176-177).

Los jóvenes adquirieron determinadas actitudes de rebeldía e inconformismo, adquiriendo así esa diferenciación con el mundo adulto, una idea de trasgresión, convirtiendo la juventud según Grossberg en una “alternativa radical”, siendo el rock uno de sus vehículos y símbolos de protesta.

“(...) constituyó una respuesta a una cierta clase de soledad e incertidumbre, un camino en el cual la juventud se ofreció a sí misma nuevas oportunidades de identificación y pertenencia a través de la construcción de estructuras afectivas temporales. No obstante, la juventud ocupaba un lugar dentro del orden social, el cual le demandaba que vivieran la vida cotidiana de acuerdo a otros planes, sueños y trayectorias. La juventud fue subordinada para que definiera un lugar dentro de la narrativa social que ya había sido delineado de antemano” (Grossberg 1992:179).

Margulis y Urresti aluden a una intensa heterogeneidad en las sociedades modernas en cuanto a los planos culturales económicos y sociales, pudiendo vivir múltiples tipos de juventud y variando éstas en cuanto a la generación, la clase social y el lugar de residencia: “Las generaciones difieren en cuanto a la memoria, la historia que las atraviesa y las formas de percibir que las caracteriza... pertenecer a otra generación



supone, de algún modo, poseer códigos culturales diferentes, que orientan las percepciones, los gustos, los valores y los modos de apreciar y desembocan en mundos simbólicos heterogéneos con distintas estructuraciones del sentido.” Margulis y Urresti (1998:7)



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

### **4.5.3 Contexto histórico: principales festivales de la década de los setenta**

Con la frase “El sueño ha terminado”, John Lennon daría comienzo a la década de los setenta, augurando un panorama nada alentador comparado con la década anterior.

En la década de los setenta se desarrollan una serie de conflictos que marcarían a la sociedad del momento, el final de la Guerra de Vietnam, la crisis del petróleo, la Guerra Fría, el escándalo de Nixon, la Revolución de los Claveles, las secuelas de mayo del 68, denominada la “generación del desencanto”, movimientos contraculturales en todo el mundo occidental, el auge de nuevos estilos como el punk y de la “drugculture”.<sup>44</sup>

Sin lugar a dudas, los setenta fueron una de las décadas más prolíferas del mundo de la música, tiempo en el que se abrieron caminos a nuevos estilos que harían historia. La etapa psicodélica y la experimentación hippie de la década de los setenta dejarían paso a músicas más complejas, como sería el rock sinfónico, el rock progresivo, el punk y los inicios del heavy metal. Los setenta marcarían en la historia de la música el nacimiento de muchos subgéneros dentro del rock y el pop.

Los máximos exponentes de la música de la década de los 70, serían grupos como; Yes, The Rolling Stones, The Who, Genesis, Pink Floyd, Led Zeppelin, Deep Purple o Black Sabbath.

En la gira “American Tour” de 1972, de The Rolling Stones se hace famosa la frase “Drogas, sexo y Rock and Roll”. La banda Queen salta a la fama a principios de los setenta con una mezcla de estilos, entre el hard rock, rock progresivo, heavy metal, glam rock y ópera rock.

Introduciendo nuevos ritmos en el soul nace el funk, que tiene como referente a James Brown que junto con otras bandas como The Meters en Nueva Orleans y artistas como Sly & The Family Stone, Kool & The Gang o George Clinton, dan lugar al movimiento denominado *blaxploitation*, que tendría lugar a principios de los setenta y fue un

---

<sup>44</sup> Estilo de vida de las personas que toman y abusan de las drogas que crean una forma alterada de conciencia. <http://psychologydictionary.org/drug-culture/>

movimiento cinematográfico que tendría lugar en la comunidad afro americana de Estados Unidos y supuso un boom del cine negro con bandas sonoras de artistas de la época que influirían en la música disco posterior.

Emerge el glam rock con artistas como T.Rex, Queen, Bowie, Roxy Music, Alice Cooper, Slade o Sweet y hay una ola de hard rock norteamericano, saltando a la fama grupos como Aerosmith, Kiss, Cheap Trick, AC/DC o Motörhead.

Rainbow, UFO, Judas Priest, Scorpions, Nazareth, Uriah Heep emergen como algunas de las bandas dentro del movimiento del heavy metal de la década de los setenta.

Con Bob Marley nacería el reggae en Jamaica, música que se popularizó por todo el mundo y su fusión con el rock y el punk daría como resultado la música ska.

La música disco también entraría con fuerza, durante la década de los setenta, John Travolta y su película Fiebre del Sábado por la Noche, propulsó el baile en discotecas, apareciendo en la segunda mitad de la década, grupos como Van McCoy, Silver Convention o ABBA, con canciones alegres que inspiraban libertad y felicidad, o Los Bee Gees y Village People. Este estilo musical supuso un verdadero fenómeno social que logro juntar en las mismas pistas de baile a personas de cualquier nivel social, raza o sexualidad. La música disco era elaborada principalmente por “deejays”, mediante la programación de discos, que en un futuro daría lugar a la cultura “dance” de las siguientes décadas.

En la segunda mitad de la década, un género proveniente de los suburbios neoyorquinos, irrumpe en el panorama musical de la década, se trataría del punk rock, un estilo musical, derivado del rock, con exponentes como uno de sus grupos pioneros; los Ramones, los Sex Pistols y The Clash. Se trata de un estilo musical simple cuyas letras son reivindicativas y aluden a problemas políticos o sociales.

El punk, se entendió como un movimiento radical y antisistema. Se trataba de un estilo musical sencillo y con sonidos más violentos que el rock, caracterizado por el uso de pocas notas, con una formación instrumental básica, basada en el uso de guitarras, bajos y baterías con voces distorsionadas y gritadas.

Se populariza el uso del sintetizador con bandas como Depeche Mode, Soft Cell, Modern Talking o Pet shop boys.

Surge la *New Wave of British Heavy Metal*, abreviado como (NWOBHM), la nueva ola de heavy metal británico fue un movimiento de corta duración, más o menos unos cinco años, que revitalizó la música rock y expandió el heavy con bandas conocidas mundialmente. Surge en Inglaterra a finales de los setenta con bandas como Iron Maiden, Judas Priest, Diamond Head, Saxon y Def Leppard.

Es en las décadas de los setenta y los ochenta cuando “el rock se convirtió en un lenguaje de masas, el vehículo musical hegemónico del mundo contemporáneo, en torno al cual se construyó un *star system* que mantiene su plena vigencia entrado el siglo XXI”. (Bianciotto 2008, ab).

En los setenta, se diversifican las tendencias y se multiplican los grupos de música. Esta variedad en la oferta hace que se formen colectivos seguidores de cada estilo.

La vivencia frente a la música se puede tratar de algo grupal o individual. Te puede ayudar a aislarte del entorno mientras la escuchas, pero a su vez es un fenómeno social que aparece constantemente en radio y televisión, facilitando a los jóvenes el continuo contacto con la música.

La música se ve como un símbolo de diversión y ruptura con las cosas cotidianas. Los bares, discotecas y conciertos, son lugares de encuentro de los más jóvenes donde viven una experiencia de cohesión grupal con la música.

Los conciertos llevan a una situación de exaltación hacia la música que escuchan y el mensaje que se lanza a través de las letras de las canciones. Las giras musicales de muchos grupos de música, se convierten en auténticos peregrinajes de gente que les siguen a todas las ciudades donde actúan.

En la década de los setenta los festivales de música constituyeron un vehículo de propagación de los pensamientos contraculturales. Se convierten en rituales donde los jóvenes viven la música de manera intensa y repiten una y otra vez los mensajes que conlleva esta música. Los grandes festivales se convierten en mega eventos de peregrinaje juvenil.

Según Andrés Ortiz-Osés y A. Orensanz (1976) un festival es ante todo una celebración musical donde la letra tiene poca importancia y la música es la protagonista. Las figuras musicales del momento adquieren un gran poder de convocatoria, a través de los festivales los jóvenes pueden afirmarse y manifestar su poder lejos del dominio del adulto.

Como muestra de algunos de los conciertos y festivales más importantes que tendrían lugar durante la década de los setenta, podemos encontrar:

**Festival de Blues y Música Progresiva de Bath (1970):** En 1970, tiene lugar el Festival de Blues y Música Progresiva de Bath, en el recinto ferial de Bath and West. El cartel del festival contó con bandas como Santana, Led Zeppelin, Jefferson Airplane, The Byrds, Frank Zappa, Pink Floyd, Fairport Convention o Keef Hartley, adquiriendo así un nivel propio de los más famosos festivales americanos o del festival de Isla de Wight, pero con una repercusión en prensa mucho menor. El festival contó con muchas innovaciones, como proyecciones de las bandas en las pantallas al lado del escenario, tiendas de campaña en las instalaciones o proyecciones de películas durante la noche.

**Glastonbury Festival (1970):** El “Glastonbury Festival of Contemporary Performing Arts”, abreviado como Glastonbury o Glasto, fue un festival de artes escénicas que tuvo lugar en Somerset (Inglaterra), en septiembre de 1970. Como todos los festivales de la década de los setenta, se vio influenciado por la época hippie.

En ese mismo año, 1970, cerrarían en junio el Fillmore East de Nueva York y en julio Fillmore West de San Francisco, propiedad de Bill Graham, que seguiría celebrando conciertos en otros locales. También el Royal Albert Hall de Londres, de gran importancia para la música desde que tocaran los Beatles en 1967, se declararía cerrado para conciertos de rock debido a los incidentes que tuvieron lugar en la presentación del grupo Creedence Clearwater Revival.

**Pinkpop Festival (1970):** El festival de música Pinkpop, se convocó por primera vez en 1970, en Gelsenkirchen, donde se realizó durante 17 ediciones. A partir de 1988 es realizado en Landgraaf, Holanda, donde se lleva realizando hasta la actualidad. El 2013 será la 44ª edición, declarándose oficialmente desde 1990 como el festival celebrado anualmente en Europa más antiguo.

**El Festival de la Isla de Wight (1967):** El Festival de la Isla de Wight, cuya primera edición tuvo lugar en 1967, en la isla con el mismo nombre de Inglaterra, obtendría su máxima asistencia en 1970, con las actuaciones de The Doors, Donovan, Sly, John Sebastian, Ten Years After, Joni Mitchell, Miles Davis, Leonard Cohen, Melanie, Everly Bros, Toni Joe White, Jethro Tull, Joan Baez y Jimi Hendrix. El festival no se volvería a realizar hasta el año 2002, trasladado a Seaclose Park.

**Concierto Benéfico de Bangladesh (1971):** En agosto de 1971, se celebró el Concierto Benéfico de Bangladesh, en el Madison Square Garden de Nueva York. Fue un acontecimiento multitudinario, al cual asistieron cuarenta mil personas, formando parte de su organización Harrison, Ringo Starr, Erick Clapton y Billy Preston. Se recaudó dinero tanto por el concierto como por la venta posterior del disco del concierto en vivo.

**Festival de Avándaro (1971):** En septiembre de 1971, tuvo lugar en México, un espectáculo nunca visto hasta la fecha, el Festival de Avándaro. El evento redefiniría la escena musical mexicana, denominado como el "Woodstock Mexicano" por su calidad y parecido con el mega evento estadounidense. Tuvo lugar los días 11 y 12 de septiembre de 1971 en Valle de Bravo de Avándaro (México), y se estima que tuvo una asistencia de unas 250.000 personas.

**Festival de Música de Tokio (1972):** Con el mismo modelo de los Festivales de la Canción organizados en Europa, en 1972 nace el Festival de Música de Tokio, concurso internacional que se realizó hasta su última edición en 1991. En su primera edición del 13 de mayo de 1972 participarían 12 países.

**Wattstax Festival (1972):** Wattstax Festival, fue concebido como la idea afro americana de un festival multitudinario, su primera edición se celebró el 20 de agosto de 1972, en Los Ángeles, en Estados Unidos y acudieron principalmente intérpretes y músicos de soul, funk y R&B. El festival fue organizado con la intención de conmemorar el séptimo

aniversario de los disturbios ocurridos en el “barrio negro” Watts, zona económicamente deprimida del sur de Los Ángeles. Se trataba de una época en la que la segregación racial en Estados Unidos era considerable y surgían movimientos de reivindicación de los derechos civiles de la población afro americana. El dinero recaudado en el festival fue repartido entre la Fundación de Anemia Sickle Cell y el Hospital Martin Luther King. Fueron siete horas de conciertos y contó con artistas como The Emotions, Carla Thomas, The Staple Singers, Albert King y Rufus Thomas.

**Erie Canal Soda Pop Festival - Isla de Bull (1972):** Festival de tres días de duración celebrado por el día del trabajo en el año 1972, llamado Bull Island Rock Fest por su lugar de celebración, en la isla Bull, en el Estado de Illinois. Los promotores preveían una asistencia al festival de unas 55.000 personas, aunque finalmente se estimó que asistieron entre 200.000 y 300.000 personas. Participaron en el festival Black Sabbath, Fleetwood Mac, Joe Cocker, The Eagles y Santana, entre otros.

**Festival de jazz de Newport (1972):** El Festival de jazz de Newport, es un festival de música jazz celebrado desde 1954 en Newport, Rhode Island, Estados Unidos, en 1972 sería trasladado a Nueva York, y desde el año 1981 se celebra en los dos sitios. Organizado por George Wein, en su primera edición de Newport contaría con artistas como Eddie Condon, Pee Wee Russell, Wild Bill Davison, Dizzy Gillespie, Oscar Peterson y Gerry Mulligan.

**Sunbury Pop Festival de Australia (1972):** En festival, considerado un hito en la historia de la música en Australia, contó con cuatro ediciones entre los años 1972 y 1975, celebrado en tierras agrícolas en las afueras de Sunbury. Ya se habían realizado eventos parecidos en Australia, como la "Peregrinación de Pop" de 1970, en Ourimbah, y la Feria Meadows Technicolour celebrada en Australia del Sur también en 1972. Aunque Sunbury Pop Festival fue el más exitoso hasta el momento. La organización corrió a cargo de la empresa Odessa Promotions, declarada en quiebra tras la realización de la última edición en 1975, que resultó un desastre financiero comparado con las anteriores ediciones del festival.

**Aloha From Hawaii (1973):** El 14 de enero de 1973 tendría lugar un acontecimiento histórico en la carrera de Elvis Presley y en el concepto de difusión musical de los medios de comunicación. El concierto de música *Aloha from Hawaii*, encabezado por Elvis

Presley y transmitido en vivo vía satélite desde el Centro Internacional de Honolulu (HIC) en Honolulu (ahora conocido como el Neal S. Blaisdell Center) y retransmitido en más de 40 países en Asia y Europa, posponiéndose su retransmisión en Estados Unidos al 4 de abril. El concierto empezó a las 12.30 a.m. con 24 canciones que abarcaban toda la carrera de Elvis Presley, considerado como uno de los hitos históricos en la carrera del cantante. La empresa dedicada a las mediciones de audiencia Nielsen Ratings comprobaría que la emisión del concierto “Aloha From Hawaii via Satellite”, se vio en el 51% de los hogares con televisión. Se calcula que fue visto por 1.500 millones de personas en todo el mundo, llegando a ser récord de audiencia en Japón, Filipinas, Korea, Hong Kong y Australia.

En palabras de Ernst Mikael Jørgensen en su libro *Elvis Presley: A Life In Music*: “La inmensa presión de ser visto por más de un billón de personas no parecía perturbar a Elvis; estaba concentrado y cantó a la perfección las canciones que brillaron con la luz de la imagen de Elvis. Un interés sin precedentes de los medios de comunicación y la magnitud del público, por no mencionar el álbum nº 1 en el mundo que llegaría más tarde, fueron quizás la prueba más evidente del poder universal de un artista.”<sup>45</sup>

El LP del concierto “Aloha From Hawaii via Satellite”, se editó tras el evento con las 24 canciones interpretadas por Elvis, vendiendo medio millón de copias en las primeras cuatro semanas.

**Circuito de carreras de Watkins Glen, Nueva York (1973):** Festival de rock que tuvo lugar el 28 de julio de 1973, en el circuito de carreras Watkins Glen de Nueva York. El festival tuvo de especial que entró en el libro Guinness de los records por el aforo conseguido en un festival, con 620.000 asistentes. Actuaron grupos como The Allman Brothers Band, The Band, y Grateful Dead.

**Festival de Ozark (1974):** El 19 de julio de 1974, se daba comienzo al Festival de Ozark (*Ozark Festival Music*), en la Feria Estatal de Missouri en Sedalia, Missouri. Considerado como uno de los mayores festivales de música en asistencia después de

---

<sup>45</sup> Jørgensen, Ernst Mikael, (1998). *Elvis Presley: A Life In Music*. St. Martin's Press. Recogido de: MAGRO, Estefanía. Se reeditan los conciertos televisados de Elvis en Hawaii. Zoom News [en línea]. 20 de Marzo de 2013. [Fecha de consulta: 11 de noviembre de 2014]. Disponible en: <<http://www.zoomnews.es/35206/estilo-vida/cultura-y-espectaculos/elvis-presley-concierto-hawaii-disco>>



Woodstock del 69. Las estimaciones contaron una asistencia de 350.000 personas y 100,000 USD en daños al recinto ferial. En octubre del mismo año, el Senado de Missouri se reuniría para discutir los percances acontecidos durante el Festival. El informe relata: “El Festival de Música de Ozark sólo puede ser descrito como un desastre. Se convirtió en un paraíso para los traficantes de drogas que fueron atraídos a través de los Estados Unidos. La escena hizo que la degradación de Sodoma y Gomorra parezca leve.”<sup>46</sup>

**California Jam (1974):** El festival de música California Jam, también conocido como Cal Jam, tuvo lugar el 6 de abril de 1974 en el Autódromo de Ontario en Ontario, California. Asistirían al evento 250.000 personas, marcando el record como Festival con más asistencia con entrada comprada, convirtiéndose en el Festival con mayores ingresos hasta la época. El festival también fue reconocido por usar uno de los sistemas de sonido más potentes hasta el momento para un evento de estas características. El evento contó con Deep Purple como cabeza de cartel, calificada por el Libro Guinness de los Récords como " banda más ruidosa del mundo ".

**Canada Jam (1978):** Festival de rock que tuvo lugar el 26 de agosto de 1978, en el parque Mosport de Bowmanville, en Ontario, Canadá. Asistieron más de 110.000 personas y se hicieron dos ediciones. Fue el mayor concierto de rock con entrada pagada hasta el momento. La producción del evento corrió a cargo de Sandy Feldman y Lenny Stogel. Fue uno de los tres grandes festivales celebrados en la década de los setenta, celebrados en Canadá, junto al Strawberry Fields Festival, celebrado en agosto de 1970 y el Heatwave Festival de agosto de 1980.

**Festival de Knebworth (1979):** Celebrado en Hertfordshire , Inglaterra, en agosto de 1979. El Knebworth House, donde se realizó el evento, era un lugar dedicado a los conciertos desde el año 74 y el elegido para los conciertos de Led Zeppelin en ese agosto de 1979. Junto a la banda actuarían The New Barbarians, Todd Rundgren and Utopia, Southside Johnny, Marshall Tucker, Commander Cody, Chas & Dave y Fairport Convention. Se realizaron dos conciertos, grabados por el estudio Rolling Stones Mobile.

---

<sup>46</sup> Enciclopédia livre (2014) <http://finslab.com/enciclopedia/letra-f/festival-de-musica-de-ozark.php>

#### **4.5.4 España: contexto histórico, evolución musical y festivales de la década de los setenta**

Baigorri y Fernández (2002), en: "Avance de la Investigación Sociológica", realizan un esquema construido en base a la investigación de Comas Arnau (2000), "Agobio y normalidad: una mirada crítica sobre el sector 'ocio juvenil' en la España actual", y Pallarés y Feixa (2000), en "Espacios e itinerarios para el ocio juvenil nocturno", sitúan el ocio juvenil dentro de la nueva realidad socio-económica, en la que aparece el ocio y el tiempo libre como un fenómeno nuevo y muy extendido entre los más jóvenes. Proponen como factores que determinan el ocio en la década de los sesenta:

- La identificación del ocio con el descanso.
- El crecimiento urbano, el desarrollo y la modernización.
- Aparición de locales y zonas de ocio.
- La existencia del tiempo y los medios para el ocio pero la falta de una "cultura del ocio"
- Revalorización de la noche como espacio separado de los adultos.
- Aparición de los guateques.
- Cine como uno de los espectáculos principales dentro del consumo de ocio.

Mientras que en la década de los setenta, destacan:

- Mayor escolarización que conllevaría la prolongación de la juventud.
- Transición democrática.
- Aparición de subculturas juveniles acompañadas de locales diferenciados para cada tipo.
- Generalización del ocio para las mujeres.
- Rebeldía y proceso de cambio rápido.
- Explosión en el consumo de drogas.
- Localización de los jóvenes en las zonas "de vinos" y en las "discos".

Los jóvenes españoles de la década de los setenta buscan nuevas formas de identificación que los haga diferenciarse del pasado, donde la música rock y de protesta juega un papel importante.

Todavía quedaban presentes los movimientos contraculturales de los sesenta al comienzo de los setenta y los nuevos estilos de música irrumpen en la sociedad española. Nacen tribus urbanas heterogéneas, compuestas por jóvenes que buscan vivir colectivamente su estilo de vida: punkies, heavys, rastafaris, glam, technos, funkies o skinheads.

El pop fue un género de gran repercusión en la década de los setenta, con exponentes como Nino Bravo, Miguel Bosé, Los Iracundos o Miguel Ríos. El rock sería representado durante la década de los setenta en España con artistas como Sui Generis, Vox Dei, Pedro y Pablo, Arco Iris, Almendra o León Gieco.

Entre los artistas más destacados de la década de los setenta en España se encuentran: Raphael, Víctor Manuel, Alberto Cortez, Sandro, Los Diablos, Mari Trini, Los Brincos, Manolo Escobar o Marisol, y se pueden destacar canciones de la época, como: *Libre; Un Beso y Una Flor*, de Nino Bravo; *Hoy Tengo Ganas De Ti*, de Miguel Gallardo; *Eres Tú*, del grupo Mocedades; *Soy Rebelde*, de Jeannette; *Mediterráneo*, de Joan Manuel Serrat; o *Volando Voy*, de Kiko Veneno.

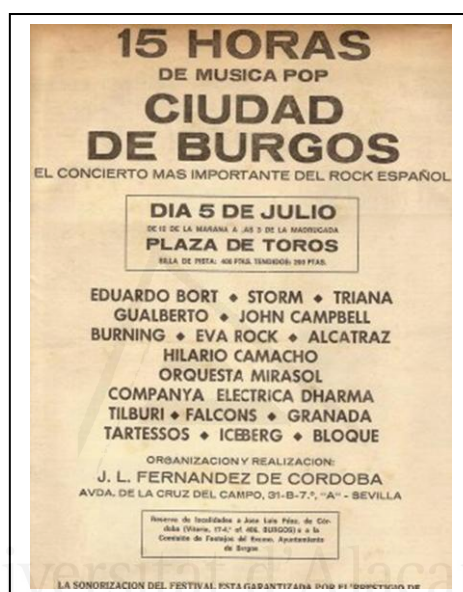
### **Festivales en España en la década de los setenta**

**Festival de Música Progresiva de Granollers:** El primer festival de música pop en España, celebrado los días 22 y 23 de mayo, en el campo de fútbol de Palou. Contó con la intervención de 25 grupos, con más de 20 horas ininterrumpidas de duración. Entre los grupos, clasificados dentro de la “música progresiva” española, actuaron Sexto sentido, Fusión, Senso, Eddie Lee Mattison y Evolution.

**El Festival OTI de la Canción o Festival de la OTI:** Celebrado por primera vez en Madrid, el 25 de noviembre de 1972. El nombre original del festival era Gran Premio de la Canción Iberoamericana y se trataba de un certamen internacional de música, similar al Festival de la Canción de Eurovisión, en el que los países participaban con una canción cada uno. La finalidad principal del festival era la unidad de los países iberoamericanos a través de la música. El último certamen del festival se celebraría en Acapulco el año 2000.

**Festival rock de Burgos (1975):** En 1975 por primera vez en la historia de España, se realiza un festival de rock inspirado en el formato que en Estados Unidos. El primer gran festival pop español, celebrado el 5 de julio de 1975, en la plaza de toros El Plantío, de Burgos. Como se muestra en la imagen 3, el cartel promocional lo anunciaba como “el concierto más importante de rock español”.

Imagen 3. Cartel promocional Festival rock de Burgos (1975)<sup>47</sup>



Es recordado por el periódico La Voz de Castilla como “la invasión de la cochambre”. El evento se produce durante la última etapa del franquismo y fue calificado por algunas autoridades de la ciudad como “subversivo”. Fueron 4.000 los asistentes al festival, venidos en autobuses desde muchas provincias españolas. La entrada costó 200 pesetas, y las expectativas económicas del festival no fueron cumplidas, lo que supuso no realizar una segunda edición del evento. Al festival acudieron los grupos nacionales más representativos del momento, entre los que se encontraron: Triana, Iceberg, Burning, Companya Eléctrica Dharma, Gualberto, Storm, La Orquesta Mirasol, Granada, Hilario Camacho, Eduardo Bort, Bloque, Tílburi, Alcatraz, John Campbell, Falcons y Eva Rock.

<sup>47</sup> Imagen tomada de: Una aproximación a la música de nuestro país. 1 abril 2009 (consultado 8 de noviembre de 2015) (en línea). En: <http://gatoandaluz.com/tag/burgos/>

**Festival Canet Rock (1975):** El festival fue celebrado en Canet de Mar (Maresme), los días 26 y 27 de julio de 1975. Su primera edición tuvo lugar bajo la dictadura de Franco y sin permiso del gobierno. Entre los grupos participantes se encontraban Maria del Mar Bonet, Pau Riba, Sisa, Compañía Eléctrica Dharma o la Orquesta Platería.

El festival contó con tres ediciones más, en los años 1976, 1977 y 1978. La edición de 1978, aunque celebrada en democracia, supuso para los organizadores una multa de 500.000 pesetas por "agravio contra las creencias religiosas", por mostrar en el cartel publicitario del festival un busto de mujer con aureola y las palabras "virgo inseminada". Los grupos participantes, tenían en común un estilo contracultural en las letras de sus canciones. En 1976 fue estrenada la película sobre el festival, llamada Canet Rock y dirigida por el director de cine Francesc Bellmunt.

**Festival rock de León (1976):** Apenas unos meses después del fallecimiento de Franco, tiene lugar el festival rock de la ciudad de León. El festival fue subvencionado con un millón de pesetas, por el Ayuntamiento de León.

"Balance del primer festival rock. Dos toneladas de basuras recogidas y ocho jóvenes drogadictos detenidos", rezaba el titular del artículo publicado el 30 de junio de 1976, por el periódico ABC<sup>48</sup>, acerca del festival ocurrido en la ciudad de León el sábado anterior. "A primeras horas de la madrugada del domingo, y en el interior del Palacio Municipal de los Deportes, local en que se habían reunido cerca de 4.000 jóvenes de uno y otro sexo, para escuchar doce horas de música <pop>- que luego serían catorce- la Policía detuvo a cinco muchachos y a una joven por consumo y tráfico de drogas...", a continuación enumeraban el nombre de los detenidos.

**Festival Punk Rock (1977):** Celebrado en el Teatro Aliança del Poble Nou. Organizado por la agencia Cuc Sonat, se pretendía introducir la escena punk, que tanto estaba de moda en Inglaterra, en el panorama musical de Barcelona. Actuaron grupos de música punk como Mortimer, Marxa, Peligro o Ramoncín.

---

<sup>48</sup> ABC (30 de junio de 1976). León, Balance del primer festival rock. Dos toneladas de basuras recogidas y ocho jóvenes drogadictos detenidos. [abc.es]. En: <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1976/06/30/075.html>

**Festival Rocktimbre (1978):** Celebrado en Madrid, con las actuaciones de grupos de rock madrileños, como Topo, Cucharada, Leño, Mad, Coz y Teddy Bautista. El objetivo del festival era recaudar fondos para el Sindicato de Músicos Madrileños, fue grabado en video y publicado por Chapa Discos en 1979.

**Festival rock Villa Madrid (1978):** Certamen para grupos noveles, organizado por el alcalde de la Villa de Madrid, José Luis Álvarez Álvarez. Comenzaría en el año 1978, en el que los ganadores fueron Paracelso, Mermelada y Kaka de Luxe.

**Festival Vallecas Rock:** Festival dedicado al “rock duro”<sup>49</sup> que comenzaría en 1978 y tendría su última edición en 1987. Participaron en él grupos como Burning, Barón Rojo, Obús, Bloque, Topo, Cucharada o Coz.



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

---

<sup>49</sup> El rock duro, (traducción del inglés hard rock) es un género de la música rock, que surge al final de la década de los sesenta y sienta su base en la década de los setenta, con grupos como Led Zeppelin, Black Sabbath, Deep Purple o Uriah Heep. Con sus orígenes en el rock and roll, el garage rock, o el rock psicodélico, el hard rock abarca los subgéneros más pesados y agresivos del rock dando paso a nuevos subgéneros como el heavy metal.

## **4.6 DÉCADA DE LOS 80**

Yo estaba soñando mi sueño  
sobre algo brillante y justo  
Y mi sueño se interrumpió  
Pero mi sueño permaneció  
bajo la forma de brillantes valles  
Donde el conocido aire puro  
abre mis sentidos nuevamente  
Me desperté al grito  
de que la gente tiene el poder  
(...)  
La gente tiene el poder  
(...)  
El poder de soñar / de dirigir  
Para luchar contra el mundo de los necios  
Se decretó la norma de la gente  
Se decretó la norma de la gente  
Escucha  
Creo que todos soñamos  
con lo que puede llegar a pasar a través de nuestra unión  
Podemos girar el mundo  
Podemos darle la vuelta a la revolución de la Tierra  
Tenemos el poder  
La gente tiene el poder .

Patti Smith, "People Have the Power", album *Dream of Life* (1988)

#### **4.6.1 Contexto histórico; evolución musical**

Jordi Sierra i Fabra (1990: 58) señala que “...el rock en los cincuenta y sesenta fue una postura, una posición de combate, una forma de comunicar y divulgar ideas, y un estilo de vida”. Durante estas décadas el rock supuso un fenómeno acompañado de movimientos revolucionarios que se esparció por todo el mundo. Margulis y Urresti (1998:3), apuntan que: “La juventud se radicalizaba en el mundo entero, y en esos años ello se significaba con la denuncia del imperialismo y la dependencia, la afiliación a agrupamientos sociales y políticos de liberación, la simpatía por la Revolución Cubana y otros movimientos y expresiones políticas”. La música rock se convertiría así en el vehículo de comunicación de la juventud.

A partir de la década de los setenta y sobre todo entrada la década de los ochenta, comienza una diversificación de los estilos musicales que siguen conteniendo algo del mensaje primigenio de las décadas anteriores.

Al igual que ocurrió en la década antecesora, los ochenta comienzan con algunas muertes dentro del mundo de la música. El líder de la banda de música The Beatles, John Lennon es asesinado en Nueva York el 8 de diciembre de 1980. El batería de Led Zeppelin, John Bonham, muere el 25 de septiembre de ese mismo año, el juez instructor del caso, Robert Wilson, reveló que la muerte se había debido a inhalación de vómito, y que “éste era el resultado de cerca de cuarenta copas de vodka que el batería había bebido en las doce horas anteriores a su muerte”. El País (8 de octubre de 1980).

El máximo exponente de la música reggae, Bob Marley, moriría el 11 de mayo de 1981 a consecuencia de un cáncer, dejando atrás una carrera musical que daría a conocer al mundo el género musical que se desarrolló en Jamaica a mediados de la década de los sesenta, originado de otros géneros anteriores como el ska y el rocksteady.

La música en la década de los ochenta cuenta con una gran variedad de estilos gracias a la aparición de instrumentos electrónicos que aportaban nuevos sonidos al espectro musical, como el uso de los teclados.



La música disco y dance cobran una gran importancia, favoreciendo la interacción entre personas en las discotecas que se especializaban en estos géneros, creados principalmente para invitar a la gente a bailar.

En esta década nacerían varios subgéneros del rock, como serían el new wave, el post-punk, el techno, el dark, el electrónico, el rap, el breakdance, el dark metal y el new romantic, entre otros.

### New wave

El concepto "new wave" fue un término utilizado por periodistas, discográficas y programadores radiofónicos para designar a los nuevos sonidos que comenzaban a nacer con la llegada de los ochenta. El término, que aludía a un movimiento artístico e intelectual fue acuñado por Ian Copeland, agente descubridor del grupo R.E.M. y hermano del batería de The Police, Stewart Copeland.

El new wave abarcaría importantes subgéneros de la década de los ochenta, como el new romantic (mezcla de new wave con soul o funk), el tecno new wave (new wave electrónico), el dark wave y el cold wave. Algunos críticos afirman que el new wave sería el género más creativo del rock, por su calidad musical, su influencia posterior y su gran aporte a la historia de la música rock contemporánea. Los grupos musicales de la new wave utilizaron una estética mucho más "glamorosa", que sus precedentes de los setenta.

Entre los estilos musicales de época se encuentran:

**College Rock:** estilo con un carácter punk, se daría a finales de los setenta y principios de los ochenta, dando forma a lo que más tarde se denominaría como Alternative Rock.

**Synth Pop:** acompañado de sintetizadores y sonidos metálicos, el Synth Pop, surgiría a comienzos de la década, con melodías con cierto carácter futurista. Exponentes del estilo serían grupos como Depeche Mode, The Buggles, Alphaville o New Order, entre otros.

**Heavy metal:** a finales de la década de los setenta, el Heavy Metal irrumpiría en la escena musical con grupos como Led Zeppelin o Black Sabbath, y es a comienzos de la década de los ochenta cuando comienza una nueva ola del heavy, NWOBHM (New Wave

Of British Heavy Metal) venida desde Inglaterra, cuyos exponentes serían Def Leppard, Motorhead, Judas Priest o Iron Maiden.

**Thrash:** el “Thrash” formaría parte de otro de los subgéneros surgido a finales de la década de los setenta y principios de los ochenta, cuando grupos como Iron Maiden, Judas Priest o Motorhead, aumentarían la velocidad en sus canciones. El thrash metal en general se caracteriza por el uso de tempos rápidos y riffs de guitarra más agresivos. Exponentes de este estilo serían los grupos Metallica, Megadeth, Slayer o Anthrax.

**Rock neo progresivo:** ya en la década de los ochenta alcanza su auge el rock neo progresivo con bandas como Marillion, representado con mucha teatralidad encima del escenario. Dentro del rock más comercial aparecen Madonna, Prince y Michael Jackson.

**Hard rock:** el Hard rock de la década de los ochenta, también denominado Glam metal o Hair metal, alcanzaría su mayor auge con grupos como Bon Jovi, Europe, L.A. Guns, Mötley Crüe, Poison, Ratt, Tesla, Quiet Riot, o White Lion. En 1987, el grupo Guns N' Roses, redefiniría el concepto de hard rock incluyendo elementos del heavy en su disco *Appetite for Destruction* preparándose para los cambios que seguirían en los finales de la década y comienzos de los noventa.

**Rock cristiano:** el Rock cristiano, es una forma de música rock tocada por bandas formadas por miembros que son cristianos, y que a menudo centran en la letra todo lo referente a la fe cristiana.

Nace también en la década de los ochenta la denominada música indie y el indie pop representado por bandas como The Smiths, Orange Juice o The Go-Betweens. Salen importantes nombres de grupos de rock alternativo, como serían los Pixies, Jane's Addiction, R.E.M., Dinosaur Jr y Sonic Youth, Red Hot Chili Peppers en Estados Unidos y The Jesus and Mary Chain, New Order y Primal Scream que marcarían un género en el plano “underground”, convirtiéndose en bandas conocidas mundialmente.

**Rap:** Símbolo de la cultura “hip hop”, el rap nacería como estilo musical, en los barrios de latinos y negros de Nueva York en la década de los setenta, adquiriendo un gran auge durante la década de los ochenta. Las canciones tienen una clara tendencia anti-sistema

con actitudes contestatarias. El hip hop se caracterizó por evolucionar desde las formas más primigenias de la música religiosa negra, acercándose al funk, mientras que el rap rompería sus lazos con el funk y se centra en un propio lenguaje más combativo, ritmos rápidos y escenificaciones provocativas.

**El techno:** la música techno nació en Detroit, Estados Unidos, a mediados de la década de los ochenta. Surgiría de la fusión de diferentes corrientes musicales como el jazz, las primeras etapas del electro, el soul o el funk, acompañado de cierta estética futurista. Las combinaciones creadas a partir de la música venida de Europa y la música negra, acompañado con el uso de sintetizadores, dieron origen a la música techno.

**El House:** a partir de la segunda mitad de la década de los ochenta comienza a despertar interés la música house, surgiendo en Reino Unido y creando la denominada “ecstasy culture” con deejays como Paul Oakenfold, Mark Moore o Graeme Park. Ibiza se convierte en la cuna de los deejays de este género y empiezan a popularizarse las “raves” o “rave parties”, (fiestas con deejays basadas en los estilos musicales dance, house, techno y trance) y fiestas ilegales, a las cuales los jóvenes asisten de manera masiva.

Dentro de los máximos exponentes de la música de la década de los ochenta se encuentran grupos como: The Police, artísticamente y comercialmente fueron una de las bandas más importantes de la década, con una mezcla en sus canciones de rock, reggae, pop y jazz, hasta que se separaron en 1985. U2, banda irlandesa que a finales de la década se habría convertido en uno de los grupos más importante de rock del mundo. Sus letras, se centraban en temas personales y preocupaciones socio políticas. Guns N' Roses, banda emblemática de la década, fusión de hard rock, blues rock, heavy metal y rock and roll. En el trash metal triunfarían a comienzos de la década las emblemáticas bandas Metallica y Megadeth.

Entre las artistas femeninas más famosas de la época, se encontrarían Madonna, considerada como la “reina del pop”, que con su imagen escandalosa consiguió mantenerse durante toda la década como una de las mejores artistas pop o Whitney Houston.

Por otro lado, otro de los reyes indiscutibles del pop de la década, sería Michael Jackson, todavía considerado uno de los mejores artistas de todos los tiempos, publicó en 1982, el disco más vendido de la historia “Thriller”.

Algunos otros de los muchos artistas y bandas que formarían parte del espectro musical de la década serían: Bon Jovi, Queen, Whitesnake, Level 42, Kiss, A-Ha, The Ramones, Journey, Europe, Men At Work, Aerosmith, Go West, Squeeze, Styx, Foreigner, Scorpions, Blondie, Journey, Depeche Mode, Genesis, The Cure, Boston, Simply Red, Van Halen, The Cars, Billy Idol, Mötley Crüe. Def Leppard, Pixies, R.E.M, Poison, UB40, Tears for Fears, Talking Heads, Simple Minds, The Pretenders, XTC, Madness, The Smiths, Bauhaus, OMD, Pet Shop Boys, Ultravox, Duran Duran, entre otros.

El 1 de agosto de 1981 comienza la emisión de la cadena musical MTV, dando comienzo a la era del videoclip musical por televisión. El primer videoclip emitido sería “Killed The Radio Star“, de la banda “The Buggles“. La cadena sería un nuevo recurso para artistas y discográficas. Algunos de los programas más importantes de ésta cadena fueron: 120 Minutes, MTV Unplugged, Headbangers Ball, Club MTV, y los Video Music Awards.

En 1982, se publica el álbum *Thriller* de Michael Jackson, el cual vendió 45 millones de copias.

En 1983, sale al mercado el primer disco compacto (CD) y se comercializa la tecnología *Musical Instrument Digital Interface* (MIDI), permitiendo la conexión de varios sintetizadores entre sí, abriendo las posibilidades en el mundo de la música.

En 1985, el *Parents Music Resource Center* (PMRC) consigue probar ante la comisión del senado que los discos poseen un alto contenido sexual y violento, haciendo que las compañías discográficas tuvieran que incorporar en el sello “asesoramiento de los padres”.

En 1987, el canal MTV llega a 281,7 millones de hogares, con su lanzamiento en Europa, visionándose en 79 países. (Frith., et al, 2006)



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

#### **4.6.2 Festivales internacionales de la década de los ochenta**

**Heatwave Festival (1980).** Celebrado el 23 de agosto 1980, en las afueras de Toronto en el Parque Mosport, Bowmanville, Ontario. Algunas de las consignas utilizadas para promover el festival fueron "New Wave Woodstock", "The Big Beat 1980 Party Rock and Roll" o "Punk Woodstock". El festival se hizo notorio gracias a los artistas de la New Wave que participaron, contando con grupos como Teenage Head, Talking Heads, The Pretenders o Elvis Costello.

**Monsters of Rock.** Serie de festivales rock, que comenzarían en 1980 en Inglaterra, celebrados normalmente de manera anual en el Donington Park. De manera no oficial se han celebrado varios festivales con el mismo nombre por ciudades de todo el mundo.

**Central Park, Nueva York (1981).** El concierto tuvo lugar el 19 de septiembre de 1981, en el Great Lawn, el espacio abierto central de Central Park. Paul Simon y Art Garfunkel se reunieron para celebrar el 7º concierto más multitudinario de la historia hasta el momento. También fue el más grande celebrado en Central Park hasta que la Filarmónica de Nueva York y Garth Brooks lo superaran en 1986 y 1997.

**US Festival (1982-1983).** Bajo el nombre de US Festival, se celebraron dos eventos, el primero en 1982 y el segundo un año después, ambos en EEUU. Steve Wozniak, uno de los fundadores de Apple, pagaría la construcción del recinto, que incluía el anfiteatro más grande construido hasta el 2007 en EEUU. En los eventos participaron bandas como Scorpions, David Bowie, Judas Priest, The Clash, U2, Van Halen, Ozzy Osbourne o INXS.

**Rendez-vous Houston (1985).** Concierto de rock, con una asistencia masiva, conmemorando el 150 aniversario de la ciudad de Houston y los 25 años de la NASA. En el espectáculo se sucedieron exhibiciones con láseres proyectados en los edificios de la ciudad.

**Rock in Río (1985).** Rock in Río es un festival, que se originó en Brasil, en Río de Janeiro, donde tuvieron lugar sus tres primeras ediciones, en los años 1985, 1991 y 2001. Su primera edición se celebró entre los días 11 y 20 de enero de 1985, con una sucesión de conciertos de música rock, pop y heavy, entre los que destacan grupos como AC/DC, Iron Maiden, Yes, Queen, George Benson o Rod Stewart. Las estimaciones de asistencia se sitúan en cerca de 1.400.000 personas. Después de estas tres primeras ediciones en Río de Janeiro, el festival siguió celebrándose en Lisboa en 2004, Portugal, 2006. En 2008 se celebró durante dos semanas, la primera en Lisboa y la segunda en Madrid, volviendo a celebrarse en Río de Janeiro en el año 2011.

**Rock am Ring (1985).** Concebido en un primer momento como un único evento, tras el éxito de asistencia, que contó con unas 75.000 personas, se decidió convocarlo de manera anual. En Núremberg, existe en la actualidad un festival gemelo, que cuenta con los mismos artistas, su primera edición tendría lugar en Viena en 1993, trasladándose después en Munich y acabando desde 1997 en Núrember, su ubicación actual.

**Live Aid (1985).** Festival que tendría lugar el 13 de julio de 1985 de manera simultánea en dos lugares a la vez, en el Estadio Wembley de Londres, Inglaterra y en el Estadio J. F. K. de Filadelfia en EE.UU. El motivo de su realización fue la recaudación de fondos para Sudán, Etiopía y Somalia. La cadena de televisión BBC, mostró los problemas de falta de recursos que estos países estaban sufriendo y el actor Bob Geldof creó la fundación *Band Aid Trust* encargada de distribuir el dinero recaudado con los conciertos. Entre los artistas, que participaron de manera solidaria a dicho acto, destacan nombres de la talla de: David Bowie, Phil Collins, Elvis Costello, Dire Straits, Elton John, Paul McCartney, Queen, Simple Minds, Tears For Fears, Tina Turner, Neil Young, Bob Dylan, Joan Baez, Sting, U2, The Who, The Beach Boys, Black Sabbath, Eric Clapton, Duran Duran, Mick Jagger, Judas Priest, Ozzy Osbourne o Santana, entre otros.

La recaudación de los conciertos superó los 100 millones de dólares, convirtiéndose así en un hito histórico que daba a ver al mundo la conciencia y solidaridad que podía despertar el mundo de la música. Se retransmitió en directo, vía satélite en más de 72 países, convirtiéndose en uno de los eventos musicales más visto de todos los tiempos.

**Concierto de Conciertos (1988)**. Realizado el 17 y 18 de septiembre de 1988 en Bogotá, Colombia. No existía en Colombia una amplia tradición de conciertos de rock hasta el momento, acostumbrados a las bandas que tocaban en inglés. Los conciertos fueron de rock en español y se calcula una asistencia de 700.000 espectadores. Entre los artistas que actuaron se encuentran Compañía Ilimitada, Océano, Pasaporte, Timbiriche, José Feliciano, Yordano, Franco de Vita, Los Prisioneros, Los Toreros Muertos y Miguel Mateos. Al año siguiente se intentó hacer una segunda edición que finalmente fue cancelada, para realizarse finalmente en 1991 con éxito, pero sin la gran repercusión cultural que supuso el primero.

**Moscow Music Peace Festival (1989)**. Celebrado en Moscú, en el Estadio Olímpico Luzhnikí, durante los días 12 y 13 de agosto de 1989 con el motivo de conseguir cooperación internacional para apoyar la paz mundial. Participaron algunas de las bandas más influyentes de la época, entre las que se encontraron Mötley Crüe, Gorky Park, Ozzy Osbourne, Scorpions, Skid Row, Cinderella y Bon Jovi.

**Love parade (1989)**. Unos meses antes de la caída del muro de Berlín, nace el Love Parade. En un principio se celebraría como una manifestación a favor de la paz, en un intento de entendimiento internacional a través de la música. El desfile es celebrado anualmente en la avenida "Ku'damm", de Berlín, hasta el año 1996. Debido a la gran afluencia que tenía el evento, a partir de ese momento, se trasladó a "Straße des 17. Juni", situada en el centro de Berlín, cruzando el "Tiergarten" hasta llegar a la Puerta de Brandenburgo.

El Love Parade es considerado, junto con los festivales Mayday y Nature One, que empezarían en los años noventa, como los percusores de la “cultura rave” y techno.

La música del festival, es principalmente House, Techno, Progressive, Trance y Schranz. Al final del evento, se produce el "Abschlusskundgebung", consistente en actuaciones de una media hora de duración de importantes deejays de todo el mundo, tras lo cual los asistentes pueden acudir a clubs, fiestas y raves esparcidas por toda la ciudad.

En el año 2010, el festival fue cancelado a causa de una avalancha humana que produjo varios muertos y más de 500 heridos. El fenómeno Love Parade, ha supuesto un gran



éxito en la capital alemana, siendo reproducida por varias ciudades del mundo, como Buenos Aires, Santiago de Chile, Caracas, Asunción, Bogotá, Viena, Tel Aviv, Ciudad de México o San Francisco, por citar algunas de las más importantes.

**Eurockéennes (1989):** Fue uno de los festivales de rock al aire libre más grandes de Europa, celebrado en la reserva natural de Malsaucy, en Belfort, (Francia). El primer festival se celebró en 1989 bajo el nombre de Le Ballon, pasando a denominarse en 1991 Eurockéennes de Belfort. El festival fue creciendo de 10.000 asistentes en su primera edición a alcanzar los 100.000 en el año 2006, teniendo lugar el último festival del 29 de junio y 1 de julio de 2007.



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

### **4.6.3 España: contexto histórico, evolución musical y festivales de la década de los ochenta**

Después de años de revolución y movimientos de protesta en todo Occidente, la década de los ochenta, se presenta con un concepto más hedonista y existencialista. El resurgimiento económico lleva a la sociedad a una manera de vivir más individualista que en las décadas anteriores y la “new wave” trae la modernidad en forma de diversión, pistas de baile en las discotecas y nuevos sonidos.

Esta década trae consigo, la aparición del fenómeno “fin de semana”, entendiéndolo como tiempo de ocio y de diversión (sobre todo nocturna), para los más jóvenes. Se diversifican los espacios de ocio para los más jóvenes e incrementan los locales dedicados al ocio nocturno, (Baigorri y Fernández, 2002). La gente joven tiende cada vez a salir más tarde y se reúne en pubs y discotecas.

España vive años de transición política hacia la democracia desde la muerte del jefe de Estado Francisco Franco en 1975, produciéndose un movimiento socio-cultural en la capital española llamado “la movida madrileña”. Se trata de un movimiento muy cercano a las intenciones aperturistas de la “Nueva Ola” (new wave), que marcó un punto de inflexión entre los artistas anteriores y los pertenecientes a esta década. Recién instaurada la democracia, los jóvenes buscaban expresarse y lo conseguían a través de las letras en sus canciones y la estética llamativa, con mucho maquillaje y colores, que acompañó a este movimiento.

La revista Rolling Stone, en su artículo *25 Lugares míticos del pop-rock español, a través de Google Earth*<sup>50</sup>, considera la fecha oficial del “nacimiento de la Movida” el 9 de febrero de 1980, en el salón de actos de la Escuela de Caminos, Canales y Puertos de la Universidad Politécnica de Madrid. Allí se organizó un concierto en homenaje al batería muerto la nochevieja anterior, del grupo Los Secretos, llamados Tos en aquel momento. Hubo unos 1.000 asistentes al concierto, en el que actuaron Nacha Pop, Paraíso, Mermelada, Mamá, Trastos, Los Solitarios, Tos y Alaska y Los Pegamoides.

El punk londinense y neoyorquino que tuvo tanta fuerza en los setenta, se desarrolló más lentamente en España, comenzando a verse a finales de los setenta y empezando a tomar auge ya en los ochenta. Empezarían a aparecer movimientos punk dentro de la Movida Madrileña, en el País Vasco, con el denominado “Rock Radical Vasco”, en Barcelona, Zaragoza y Murcia.

Dentro de los grupos que formaron parte de este fenómeno denominado Movida Madrileña, se pueden destacar: Nacha Pop, Gabinete Caligari, La Mode, Poch, Derribos Arias, Kaka de Luxe, Los Secretos, Alaska y los Pegamoides, Radio Futura o Parálisis Permanente, entre otros.

Durante esta década, los grupos de rock que fueron surgiendo durante la Movida Madrileña estaban influenciados por la new wave, el glam y el punk, de la música británica, produciéndose un fenómeno creativo que se extendería a otras artes, como el cine, la fotografía, literatura, televisión, pintura o el comic.

El entonces alcalde de Madrid, Enrique Tierno Galván en la apertura de un concierto celebrado en el Palacio de los Deportes de Madrid en 1984, ofreció a todos los

---

<sup>50</sup> PORTELA L. (16 de enero de 2012). 25 lugares míticos del pop-rock español, a través de Google Earth [rollingstone.es]. En: <http://rollingstone.es/noticias/25-lugares-miticos-del-pop-rock-espanol-a-traves-de-google-earth/>

espectadores una polémica frase: "¡Rockeros: el que no esté colocado, que se coloque... y al loro!"<sup>51</sup>.

Locales que supusieron símbolos de referencia de la denominada "Movida madrileña", serían la sala Rockola, situada en la Avenida América de Madrid, considerada como un "templo" del movimiento. La sala permaneció abierta desde el 31 de marzo de 1981 hasta el 15 de marzo de 1985, o el Penta, otro de los motores de La Movida, donde se realizaban conciertos y que a día de hoy sigue abierto.

También en televisión se reflejó este fenómeno, en programas como La Bola de Cristal, vinculado a la cultura de la época, en el cual se realizaban actuaciones musicales de artistas como Juan Perro, Alaska o Loquillo.

Grupos españoles que alcanzaron grandes audiencias durante la década de los ochenta serían Mecano, La Unión, Duncan Dhu o Héroes del Silencio, siendo estos últimos los que más proyección internacional tendrían. En los estilos Hard rock o Heavy, destacarían Barricada, Obús o Barón Rojo.

Hooper (1987: 319), aludiendo al "pasotismo juvenil" de la época, se refiere a la juventud como: "...consumen drogas y tratan de poner la mayor distancia posible entre ellos mismos y el resto de la sociedad (...) la idea misma de ser un pasota implica la negativa absoluta a participar (...) mascullan las palabras, y utilizan un vocabulario reducido al mínimo...". Acompañando las palabras de Hooper, Martín Serrano (1994: 43), también criticaría ese "pasotismo": "...a la afinidad que despertaba el *camarada*, comienza a sustituir la que despierta el *colega*; el *tío* o la *tía* miembro de la misma tribu urbana, con la que se comparte un ambiente discotequero donde el volumen de la música impide el diálogo y se chamulla un lenguaje empobrecido hasta límites próximos a la subnormalidad...".

Surgirían pues críticas oponiéndose a las nuevas formas de ocio de los jóvenes y a las nuevas ideologías que estos defendían, aunque también se puede encontrar discursos de

---

<sup>51</sup> YOUTUBE. (13 de abr. de 2008). 50 aniversario Televisión Española (TVE) "La imagen de tu vida"- Enrique Tierno Galván [archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=G5kTx6DWi7g>

apoyo, como Feixa (2004), que defendía el pasotismo como una crítica a los valores de la cultura dominante y una forma de protesta contracultural.

A continuación algunos de los festivales más importantes surgidos durante la década de los ochenta en España:

**Cartagena Jazz Festival (1980)**. Uno de los festivales pioneros en España, celebrado en el mes de noviembre desde el año 1980. Festival multidisciplinar con conciertos, actuaciones de teatro, circo y exposiciones.

**Festival Selva Rock (1980)**. Celebrado en Palma de Mallorca en 1980. Actuarían en el los grupos Coz, Max Suñé, Guadalquivir, Doctor Feelgood, Camel, La Banda Trapera del Río y Salsa Picante. Convocó a más de 15.000 personas que acudieron a escuchar la música rock, punk y jazz rock que los grupos ofrecerían esa noche.

**Festival Internacional de Jazz de Granada (1980)**. Al igual que el Festival de Jazz de Cartagena, tiene su primera edición en 1980. Es el único festival español miembro de la Red Europea de Festivales de jazz (Europe Jazz Network). En el festival han participado figuras internacionales como Miles Davis, Oscar Peterson, Dizzy Gillespie Tete Montoliu, Chano Domínguez o Charlie Haden, entre otros.

**Festival Internacional de Música Popular Tradicional de Villanueva y Geltrú (1981)**. Celebrado desde 1981 en Villanueva y Geltrú, Cataluña. Considerado como Certamen de Músicas del Mundo más antiguo en España. Festival con un público intergeneracional, celebrado durante tres días en el mes de Julio, con conciertos desde la mañana hasta la noche.

**Festival de Rock de Zaidín (1983)**. Festival de Rock al aire libre creado en 1983, con conciertos en las calles del barrio Zaidín, en Granada. Se trata de un festival gratuito, creado por la Asociación de Vecinos Zaidín-Vergeles como una forma de acercar la cultura a los jóvenes a través de la música y una reivindicación de protesta contra el paro juvenil y de exigir más viviendas para los jóvenes. Tras sus 29 años de vida, el festival se ha convertido en un emblema de la cultura de Granada.

Durante los años 1981 y 1982, se celebraron dos “pre-festivales” que desembocarían en una primera edición del festival en 1983.

**Calpe Rock Festival (1984)**. Organizado en la localidad alicantina de Calpe, el verano de 1984. La empresa británica Marquee, consolidada en la organización de conciertos, con 24 años de experiencia, fue la encargada de su organización, pretendiendo hacer triunfar en España la fórmula tan apreciada ya en otros países de macro-conciertos con varios días de duración y actuaciones de artistas conocidos internacionalmente. El festival duraría tres días y las entradas costaban entre 2.000 pesetas, para la asistencia a un día de festival a 4.500 para los tres días.

**Festival Marlboro Country (1985)**. Festival dedicado a la música country y rock. Se celebró durante dos convocatorias, una primera en 1985 y la segunda en 1987 en Barcelona y Madrid. Su primera convocatoria trajo por primera vez a España a Jerry Lee Lewis. Actuarían también Conway Twitty o Brenda Lee.

**Lagarto Rock (1987)**. Nació como un concurso para grupos noveles ideado por el Ayuntamiento de Jaén en 1987. Su origen se remonta a 1982, cuando tuvo lugar el primer festival Lagarto Rock, en el que actuaron los grupos, Semáforo, Carmín, Secretos, Medina Azahara, Leño y Obús. Pasando a ser un concurso cinco años después.

**Monster of rock España (1988)**. Macro-festival que tendría lugar los días 17, 18 y 22 de septiembre de 1988, en las ciudades de Pamplona, Madrid y Barcelona. Considerado como uno de los festivales rock y heavy más importantes de la época, incluiría ese 1988 a España dentro de su gira mundial. Actuarían en el algunos de los grupos más representativos del momento: Iron Maiden, Metallica, Helloween, Anthrax y Manzano.

**Espárrago Rock (1989)**. Festival de rock con 15 años de duración, que daría comienzo en 1989 y se iría trasladando por distintas localidades andaluzas. Considerado uno de los festivales masivos de rock más antiguos de España, llegó a convertirse en un referente para España y Europa. El primer festival fue celebrado en Huétor Tájar, Granada y se denominó FADESPA, (Feria Andaluza del Espárrago y la Agricultura).

En su sexta edición el Espárrago Rock Festival se convierte en internacional con actuaciones de bandas como Sonic Youth o Terrorvision y en el año 1996, llega a una asistencia de 20.000 personas.

**Festival Altaveu (1989).** Festival que fue creado en 1989 para dar a conocer la música de los grupos catalanes, convirtiéndose en un punto de referencia en el panorama musical de Cataluña. Se acompaña de otras iniciativas en relación con la música como la entrega de premios Altaveu.

### **Otros grandes conciertos**

La década de los ochenta, no fue una etapa prolifera en festivales, aunque si sembraron el germen que continuaría en la década de los noventa. Después del boom de los sesenta y principios de los setenta de los denominados “festivales de la canción”, fueron pocos los eventos que copiaran los formatos de festival que se realizaban en Estados Unidos y Europa. A pesar de esto, España sí que contó con grandes conciertos durante esta década, principalmente en Madrid y Barcelona. A continuación algunos de los grandes conciertos ocurridos en España durante la década de los ochenta:

- El 29 de agosto de 1980, tuvo lugar el Concierto de Police en la Plaza de toros Monumental de Barcelona. Por esta misma plaza, han pasado grupos de la talla de The Beatles, los Stones, Jeff Beck, Bruce Springsteen, Mike Oldfield, Stevie Wonder, Dire Straits o Tina Turner.
- Otro gran concierto celebrado en la Plaza de Toros Monumental de Barcelona, sería el de Bob Marley and The Wailers, el 30 de junio de 1980.
- Ese mismo año, 1980, AC/DC vendría a España para grabar en el plató del programa de televisión “Aplauso”, programa dedicado a actuaciones de grupos rock, heavy y pop.
- El 21 de abril de 1981, tuvo lugar la primera actuación Bruce Springsteen en España, en el Palacio Municipal de los deportes, en Barcelona.
- El 7 de julio 1982, se celebró el primer concierto de los Rolling Stones en Madrid con J. Geils Band como artistas invitados. La primera actuación de la

banda en España sería seis años antes en Barcelona. Acudieron al Vicente Calderón unos 70.000 espectadores.

- Otro gran concierto, vendría de la mano de Deep Purple, en 1985, tocarían en Madrid y Barcelona, con un día de diferencia.
- Queen, ofrecería en España varios conciertos con gran éxito, en Madrid, Barcelona y Marbella.
- El 15 de julio de 1987, la banda U2 congrega a más de 100.000 personas en el estadio Santiago Bernabéu de Madrid, con The Pretenders, UB40 y Big Audio Dynamite, como artistas invitados.
- En 1988, actuaría por primera vez en España el “rey del pop”, Michael Jackson. El concierto se realizó en Marbella dentro de su gira “Bad World Tour”.



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante



## **4.7. DÉCADA DE LOS NOVENTA**

Al cantar me suelo olvidar  
de todos los malos momentos;  
convertir en virtud defectos.

Desterrar la vulgaridad  
aunque sólo sea un momento  
y sentir que no estamos muertos.

No es placer: es necesidad.  
Es viento, es lluvia y es fuego  
derramar todos mis secretos.

Y busqué en el fondo del mar,  
en las montañas y en el cielo  
la manera de hacer realidad mis sueños.

Encontré en el corazón  
el mapa de los sentimientos.  
Ya lo ves... no estaba tan lejos.

No es placer: es necesidad.  
Es viento, es lluvia y es fuego  
derramar todos mis secretos.

Esnifar los rayos del sol  
y descongelar el cerebro  
y sentir que no estamos muertos  
y sentir que no estamos muertos  
“Al cantar” Platero y Tú

### **4.7.1 Contexto histórico; evolución musical**

Si la década de los ochenta representó una gran diversificación en la música, en los noventa fue la tecnología lo que adquirió una gran importancia en el espectro musical, implementando nuevas técnicas de grabación y el uso de ordenadores.

A finales de los ochenta empezaría en Seattle el “movimiento grunge”, nacido del rock y con toques del heavy y el punk. La ideología de este movimiento que giraba alrededor de la música grunge, se basaba en el aislamiento y la indiferencia ante la sociedad, la introspección y la búsqueda de los propios pensamientos. La estética del movimiento se basaba en un estilo descuidado. Los jóvenes se ven influenciados por esta corriente y en Norteamérica nace lo que los sociólogos denominaron como “La Generación X”.

El principal exponente de este movimiento sería la banda Nivarna, con su líder Jurt Cobaín, que se convertiría en el nuevo ídolo de masas y en un mártir y mito tras su suicidio en 1994. Otros grupos representativos del estilo, fueron Pearl Jam, Soundgarden, Spin Doctors, Stone Temple Pilots o Counting Crows.

Paralelamente al fenómeno grunge, nacería la música alternativa, con sonidos desconocidos y un gran uso de la tecnología. Entran en escena grupos como Radiohead, The Smashing Pumpkins o Massive Attack.

A finales de los ochenta, principio de los noventa, nacería un nuevo estilo de rock alternativo influido por la música de los sesenta y los setenta, conocido como el Britpop. Empezó como un movimiento reaccionario ante los estilos musicales surgidos en los ochenta y los noventa, como el grunge y el punk. Se caracterizaba por su simplicidad y acabó por convertirse en un movimiento cultural, cuyos principales exponentes serían bandas como Blur, Oasis, Radiohead, Suede, The Verve, Placebo o Pulp.

La música de todos estos grupos, junto con otros movimientos culturales, como el cine y la estética crean el movimiento que se denominó como “Cool Britannia”. La frase era el título de una canción de La Bonzo Dog Doo Dah Band, de 1967 y en 1996 la uso la revista Newsweek para describir el movimiento.

En 1995, se produce “la batalla britpop” entre las dos famosas bandas Blur y Oasis. El evento tuvo una gran repercusión y favoreció el enfrentamiento de las dos bandas.

La exaltación de la música baile desde la década de los ochenta, ya en pleno apogeo en los noventa, hace que puedan verse varios estudios sobre el tema en esta década, la denominada cultura club, (Rietveld, 1998, Malbon 1998 y 1999). St John (2008) sitúa el "trance" como un fenómeno contracultural poco comprendido o estudiado. Una alternativa post- rave. Fiestas dirigidas por la figura de los deejays, con las que nacieron términos como “psychedelic trance ”, "psytrance" o" trance tribal”, y alude a un comportamiento liminal y liminoidal en la cultura club del momento con dimensiones sociales propias de recreaciones tribales.

Los clubes se hacen importantes a la hora de establecer tendencias. Las culturas acid house, club y discoteca y el culto a los Deejays formarán parte de la escena club de los noventa. St John (2006) alude al interés ritual de la juventud, encontrando en la cultura club una experiencia espiritual e incluso religiosa y cita a François Gauthier, quien recuerda que la religión no es siempre lo que estamos acostumbrados a llamar “religiones”, pudiendo la subcultura ejemplificar una "religión cultural.

Melechi 1993 sitúa los clubes de Ibiza como centros del ritual postmoderno. “La expresión coloquial que se da a las culturas juveniles para las cuales los clubes de baile y sus ramificaciones de los ochenta, las raves, son el ejemplo simbólico y el pilar de la vida social. El sentido de lugar que dan esos acontecimientos es tal que los asistentes habituales asumen el nombre de los espacios que frecuentan, y se convierten en “clubbers” y “ravers”” (Thornton, 1995:3). El mismo caso se da con los “festivaleros”.

El rock de los noventa está representado principalmente por la rebeldía y el inconformismo, como una especie de imaginario que los sujetos tienen de las situaciones y del mundo, que se expresa a través de las canciones (Rodrigo G. Torres Quezada, 2007). La década de los noventa utiliza el rock como soporte para representar esta rebeldía.

“(…) Bachelard hace descansar su concepción general del simbolismo imaginario sobre dos intuiciones que haremos nuestras: la imaginación es un dinamismo organizador y éste, un factor de homogeneidad en la representación. Según el epistemólogo, muy lejos de ser facultad de “formar” imágenes, la imaginación es potencia dinámica que “deforma” las copias pragmáticas suministradas por la percepción, y ese dinamismo reformador de las sensaciones se convierte en el fundamento de toda la vida psíquica porque las leyes de la representación son homogéneas; ya que la representación es metafórica en todos sus niveles, y puesto que todo es metafórico, en el nivel de la representación todas las metáforas se igualan” (Durand, 2006:34).

Durand presenta en estas palabras el “imaginario” como un medio organizador a través del cual, desde la metáfora se crean representaciones de ese imaginario. Según Rodrigo G. Torres Quezada, (2007), en su trabajo *El imaginario de rebeldía y disconformidad a través de la música rock en los años 90*, el rock de la década de los noventa, presenta una vuelta a sus comienzos, en los años 50.

“Si tomamos a la música rock como un elemento que nos indica que algo sucedió o sucede en la sociedad occidental, tendremos entonces que el rock nace a partir de una necesidad de expresarse frente a una situación que para la juventud, mayormente, significa opresión o vacío. Y es la vertiente rebelde y disconforme del rock la que nos ayuda más que otro tipo de estilos musicales para analizar como este ha respondido a ese devenir histórico”. (Torres Quezada, 2007:17).

Así, el rock es presentado como un vehículo para los movimientos y expresiones contraculturales. Los cantantes y grupos musicales usan determinadas estéticas que los definen y los fans adoptan estas estéticas para identificarse con sus ídolos y diferenciarse de los demás.

“la música es a la vez estilo de vida, vínculo social y fuerza espiritual. Orienta a los jóvenes en su búsqueda de autonomía y les brinda un medio de expresión (...) El consumo cultural los identifica y los cohesiona, les dicta patrones de conducta, códigos, formas de aprendizaje, inclusive su lenguaje se

arraiga en los objetos que consumen. En definitiva, se establece un sistema de creencias. Los miembros del grupo actúan siguiendo estas creencias. En los grupos en los cuales, el elemento de cohesión, es la música, las creencias se generan a partir de ella. Ella es la que determina la forma de vestirse, de peinarse, de moverse, la forma de hablar. Este conjunto de creencias construye la identidad de ese grupo de pertenencia”. (Martín Comas, 2003)

Otro de estilos musicales que comenzaría en la década de los noventa, sería el hardcore, derivado de la música techno. Se hizo muy popular en Europa, especialmente entre los jóvenes de clase obrera y se caracteriza por tener un tempo rápido, normalmente por la aceleración de los discos de música techno, con ritmos del trance o house. Este estilo musical estuvo unido al fenómeno rave, en el que miles de jóvenes se congregaban en fiestas ilegales.

Las raves, también llamadas “free parties”, crecieron a partir de la moda en el mundo de la música del Acid house, (música que empezó a usar el sintetizador Roland TB-303, popularizándose a mediados de los ochenta). Este tipo de fiestas creció a finales de los ochenta, principios de los noventa, extendiéndose a Centroeuropa e Ibiza, llegando a convertirse en festivales, como es el caso del Love Parade, de Berlín. Los pioneros en la organización de este tipo de fiestas ilegales acuñaron un eslogan; “PLUR”, (peace, love, unity y respect), traducido, paz, amor, unidad y respeto, confiriéndole a la fiesta una concepción de escape temporal, donde poder actuar de manera “libre”.

El fenómeno alcanzó dimensiones incontrolables en Inglaterra, llegando a su prohibición en el año 1994, con la ley "*Criminal Justice and Public Order Act*"<sup>52</sup>.

Actualmente, las raves son legales y han tomado la forma de festivales organizados en la mayoría de los países europeos.

La demanda de música baile en Europa contribuye a derivaciones de la música techno, creadas durante la década de los noventa, como el acid tecno, el bleep and bass o la

---

<sup>52</sup> Criminal Justice and Public Order Act 1994. Disponible en: <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/1994/33/contents>

intelligent dance music. El concepto “globalización” aparece en el mundo de la música. Internet, los avances tecnológicos y el libre acceso a la información acercan la música a la masa de gente. A finales de la década aparecerían grupos del estilo musical, denominado rap metal, como Deftones, Stain, P.O.D, Korn o Limp Bizkit.



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

#### **4.7.2 Festivales internacionales de la década de los noventa**

La década de los noventa, constituye una época muy prolifera en lo que a festivales se refiere, las raves y los macrofestivales se popularizan y se convierten en un atractivo turístico a tener en cuenta. Esta sería una muestra representativa de alguno de los más importantes festivales que surgieron en esta década:

**Burning Man Festival (1990)**. La historia de este festival data del año 1986, con la celebración de una fiesta en la playa Baker Beach de San Francisco, en la que se quemó una estatua de madera de más de dos metros de altura como un acto ritual artístico conmemorando el solsticio de verano. En el verano de 1987, la estatuaa quemar media más de 4 metros, hasta llegar a los 12 metros de altura en la siguiente fiesta de 1988.

Fue en 1990, cuando esta idea se trasladó hasta el desierto de Nevada, conocido con el nombre de Black Rock Desert, en Estados Unidos. El evento fue planeado por Kevin Evans y John Law, empezando como un experimento de auto expresión, con una exposición de esculturas y obras de arte de forma temporal, para luego quemarlas. Nació así una ciudad temporal, llamada Black Rock City y acabó por convertirse en un festival que tiene siete días de duración.

La ciudad temporal se basa en varios principios que hay que seguir, entre los que se encuentran, no comerciar, no dejar rastros ecológicos y la expresión del arte. No existen patrocinadores ni anunciantes, se usa el trueque y lo único que está en venta es hielo y café, teniendo que traer los asistentes al festival todo lo necesario para su estancia sin tener que usar dinero. Concebido como un viaje espiritual, el festival atrae en la actualidad a cientos de miles de personas.

**Wacken Open Air (1990)**. Festival dedicado en exclusiva al estilo heavy metal. Tiene lugar en Wacken, Alemania, desde su primera edición en el año 1990. Comenzó como un festival para grupos locales, convirtiéndose en el festival de heavy metal más grande de Europa, con actuaciones de más de 70 bandas de Europa, Australia o Norteamérica.

**Lollapalooza (1991)**. Festival concebido en un origen como un evento itinerante que recorría distintas ciudades de Norteamérica. El primer festival tuvo lugar en 1991, con la organización de Perry Farrel, cantante del grupo Jane's Addiction, con la actuación de los

grupos Jane's Addiction, Siouxsie & the Banshees, Living Colour, Nine Inch Nails, Fishbone, Violent Femmes, Body Count, Butthole Surfers y Rollins Band.

Contó con seis ediciones hasta 1997 y en el año 2003 volvió a organizarse de manera anual hasta la actualidad. Cuenta con grupos de rock, punk, rap, electrónica, indie y reggae y ofrece exhibiciones de arte, atracciones e incluso centros de reclutamiento para grupos medioambientales o políticos, convirtiéndose con su amplia oferta no solo en un festival de música rock, sino en un festival multicultural. Desde 2005 el festival fija su lugar de realización en el Grant Park de Chicago, ocupando unas 115 hectáreas.

**Mayday (1991)**. Junto con Love Parade, es uno de los más reputados festivales de música electrónica. Nació el 14 de diciembre de 1991, en la ciudad de Berlín. La idea original de la realización del evento vino del DeeJay Fabian Lenz (DJ. Dick). Desde el año 2000, el festival Mayday se ha exportado a otras ciudades como Polonia, Rusia y Hungría, por citar algunas.

**Sweden Rock Festival (1992)**. Su primera edición tuvo lugar en Olofström, (Suecia), el 6 de junio de 1992, realizándose en Norje, desde 1998. En su origen tenía dos días de duración, ampliándose a tres y desde 2007 a cuatro. En él han actuado grupos de la talla de Scorpions, Kamelot, Def Leopard, ZZ Top, Guns N'roses, Judast Priest, Aerosmith, Deep Purple o Motörhead.

**Festival Vieilles Charrues (1992)**. Creado en el año 1992 en un pequeño pueblo de Finisterre, en Landelau. A partir de 1995, la falta de espacio para todos los asistentes que acudían, hizo que se trasladara a Carhaix, en el oeste de Bretaña, Francia. En la actualidad es el festival más grande de Francia, con más de 200.000 asistentes.

**Sziget festival (1993)**. Uno de los más grandes e impresionantes festivales de Europa. Celebrado desde el año 1993 en "La Isla de la Libertad", Sziget, republica ubicada en una isla de 76 hectáreas dentro del Danubio, en Budapest. Los organizadores del evento, basaron el concepto del festival en tres lemas: "Una semana de diversión continua", "punto de encuentro de estudiantes universitarios" y "un lugar donde todo sea posible".

La isla, fue habitada desde 1993 con una población muy diversa, entre húngaros, ingleses, franceses y holandeses, entre otros. Desde esa primera edición, se fueron ampliando las



infraestructuras en la isla, recibiendo el premio a mejor destino turístico de Europa en 2011. La isla es una república democrática sin líder, donde todos tienen los mismos derechos y donde no se usa moneda, solo tarjetas o dispositivos electrónicos de pago.

El festival se celebra anualmente y cuenta con una semana de duración, con una extensa programación musical, espectáculos, teatro, instalaciones visuales y diversas atracciones.

**T in the Park (1994)**. Mayor festival, celebrado en Escocia. Nacido en el año 1994, en su origen, tenía dos días de duración, ampliándose a tres desde el año 2007. Cuenta con siete escenarios, zona de acampada, atracciones y múltiples puntos de aprovisionamiento.

**Nature one (1994)**. Otro de los grandes festivales de música electrónica de Europa. A él acuden los más famosos Deejays. Nació tres años después que Mayday y se celebra la primera semana de agosto. Cuenta con varias zonas, de música trance, house, techno o minimal en una superficie de 100.000 m<sup>2</sup>, sin contar la zona de acampada.

**Ozzfest (1996)**. Fundado por la mujer de Ozzy Osbourne, Sharon Osbourne, en 1996. Se trata de un festival de rock anual, celebrado en Estados Unidos y en Europa, en algunas ocasiones. En el evento se juntan los estilos hard rock, heavy metal, hardcore punk y nu metal. En él han actuado grupos como Slipknot, Linkin Park, Disturbed, Black Sabbath, Metallica, Judas Priest o Megadeth.

**Graspop Metal Meeting (1996)**. Celebrado en Dessel, (Bélgica), desde 1996. Fundado por Peter Van Geel, el festival ha ido creciendo año tras año con actuaciones de grupos internacionales como Iron Maiden, My Dying Bride, Moonspell, Saxon o Arch Enemy.

**Fuji Rock Festival (1997)**. Festival rock celebrado anualmente en Naeba, en la prefectura de Niigata, (Japón). Es el mayor evento musical de Japón. En su primera edición, se celebró en la base del Monte Fuji, trasladándose en 1999 a su ubicación actual. Con una duración de tres días, el festival cuenta con siete espacios diferentes y es conocido como “el festival más limpio del mundo”. La primera edición del festival, resultó un desastre a causa de un tifón, teniendo que suspender el segundo día de festival, pero las siguientes ediciones del mismo resultaron un éxito, por el que han pasado artistas estadounidenses, europeos, africanos y japoneses, consagrando al festival como el primero y más grande de Japón.

**Tuska Open Air (1998)**. Se trata de del mayor festival de música heavy de los países nórdicos. Desde su primera edición en el año 1998, el evento se ha realizado en el parque Kaisaniemi, en el centro de Helsinki, (Finlandia). Cuenta con tres escenarios; Infierno, Sue y Rock Radio, y en él han actuado artistas como Celtic, Sodom, Venom, Anathema, Amorphis o Sonata Artica.

**Voodoo fest (1999)**. Comenzó en el año 1999, con tan solo un día de duración, en el Tad Gormley Stadium, en Nueva Orleans, con las actuaciones de Fugees y Wyclef Jean y una asistencia de 8.000 personas. Ampliándose año tras año, el festival desde 2006 cuenta con tres áreas llamadas; Le Carnaval, Le Flambeau y Le Ritual, especialmente diseñadas para representar la personalidad de Nueva Orleans y del festival, con distintos estilos musicales, desde el indie hasta la música más representativa de la ciudad. Por este festival han pasado Metallica, Eminem, Red Hot Chili Peppers, Rage Against the Machine, REM, Muse o The Black Keys, entre otros.

**All Tomorrow's Parties (1999)**. Tiene lugar en Camber Sands, (Inglaterra), desde 1999. El nombre del festival viene de la canción del grupo The Velvet Underground "All Tomorrow's Parties". En 2002, el festival se trasladó a Estados Unidos, donde se continuó celebrando en los años posteriores. La misma organización de All Tomorrow's Parties ha participado en la organización de los festivales de Pitchfork y el Primavera Sound, de Barcelona. En 2009, el festival se llevó a Australia, a las ciudades de Sydney, Mount Buller y Brisbane.

Warp Films, lanzó en 2009, un documental sobre el festival con el mismo nombre "All Tomorrow's Parties".

**Coachella Festival (1999)**. Bajo el nombre de Coachella Valley Music and Arts Festival, comienza la andadura del festival en la ciudad de Indio, California, en el año 1999. Considerado uno de los festivales con más repercusión en todo el mundo, el evento reúne los estilos rock, hip-hop, electrónica e indie.

En 2013, la organización del festival decidió aumentar la duración del evento a dos fines de semana del mes de abril, tras el éxito conseguido en las ediciones anteriores. Además de la música en directo, el festival ofrece año tras año una exhibición de arte moderno en el que participan distintas escuelas de arte.

En el festival han actuado grupos como The Stone Roses, Red Hot Chili Peppers, The Chemical Brothers, Björk, Oasis, Daft Punk, Coldplay, Manu Chao, Leonard Cohen y Paul McCartney, entre otros.



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

### **4.7.3 España: contexto histórico, evolución musical y festivales de la década de los noventa**

Baigorri y Fernández, (2002) exponen el siguiente esquema construido a partir de Comas Arnau (2000): "*Agobio y normalidad: una mirada crítica sobre el sector 'ocio juvenil' en la España actual*", y Pallarés y Feixa (2000): "*Espacios e itinerarios para el ocio juvenil nocturno*", donde contemplan la caracterización del ocio en la década de los noventa a partir de la siguientes premisas:

- Consolidación de la cultura consumista.
- Explosión de la industria del ocio.
- Comienzo de la preocupación por el fenómeno del ocio en los jóvenes.
- Homogeneización de las formas de ocio urbanas y rurales.
- Ocio identificado con la fiesta.
- Consumo de alcohol cada vez a edades más jóvenes.
- Reunión en el botellón y aparición de los after hours.
- Uso del ocio por los jóvenes tal como les viene dado.
- No supone ningún reto la conquista de la libertad y de la diversión.
- Tiempo libre destinado a la realización de multitud de actividades.
- Ocio ampliado a viajes, turismo rural, campamentos etc.
- Ocio convertido en un sector económico en auge.

La década de los noventa representa una realidad socio-económica en la que el ocio y el tiempo libre está ampliamente extendido entre los jóvenes. Los países mediterráneos se convierten en el primer destino mundial de turismo internacional, (Pere A. Salvà, 1998).

La exigencia de diversidad por parte de los turistas, la demanda de espacios menos saturados y la promoción del turismo como estrategia para zonas desfavorecidas, provocan que aunque el turismo en España, siga encabezado por una demanda mayoritariamente de sol y playa, empiecen a cobrar importancia otras modalidades turísticas. Serían el caso del turismo rural y de montaña o el turismo urbano, junto con turismo de congresos, eventos o festivales.

El turismo se extiende a todas las capas sociales, transformándose en un fenómeno social. El deseo de huida de la vida cotidiana se convierte en un fenómeno masivo. Según Allcock (1988) es un “viaje sagrado” hacia un mundo libre, separado de los quehaceres diarios.

La década anterior, caracterizada por la transición y las ansias de libertad provocaron un auge en el ocio nocturno que gestaría un fenómeno que empezaría a cobrar relevancia a finales de los ochenta y principios de los noventa, concretamente en la Comunidad Valenciana. El fenómeno fue denominado como Ruta Destroy y mediáticamente conocido como “la Ruta del Bakalao”. Considerado como el mayor movimiento “clubbing”, (forma de vida nocturna concebida en Manchester a principios de los ochenta) de España, provocaba el movimiento de miles de jóvenes hacia las discotecas del área metropolitana de Valencia.

Las características musicales del movimiento incluían sonidos de importación, música electrónica y el culto al baile. Los orígenes del movimiento, se remontan a los años setenta, con la apertura de la sala Barraca, a esta le siguieron Chocolate, Espiral, NOD, Spook Factory, Puzzle o ACTV, entre otras, centrando el movimiento sobre todo en la carretera El Saler de la capital valenciana. Los primeros años de la década de los noventa, marcarían el momento de esplendor de la Ruta Destroy, la cultura parking y el culto a las discotecas, produciéndose un auténtico movimiento social.

“una nueva moda (...) fines de semana a toda marcha, la juerga empieza los viernes y no termina hasta la madrugada del lunes (...) de una macro discoteca a otra, música máquina, alcohol y las denominadas drogas de diseño (...) discotecas abiertas durante 72 horas (...) estilo de vida de un sector de jóvenes que busca su identidad construyéndose un mundo hecho a su medida”.<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup> MARCINO, C (Presentador). (1993). Hasta que el cuerpo aguante, (Canal Plus), [archivo de video]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=qNJ5HgYHOn8>

La asistencia masiva de jóvenes haría que cada vez hubiera más despliegues policiales y que los medios de comunicación cada vez hablaran más de este movimiento, llegando a crearse una alarma social que acabaría con la ruta Destroy.

Es en la década de los noventa cuando los festivales musicales empiezan a aflorar en España, con pocos ejemplos de etapas anteriores. Los estándares culturales tan prolíferos en otros países comienzan a aparecer en escena en una España poco acostumbrada a este tipo de eventos. Los festivales ayudan a España a homologarse con el resto de Europa, permitiendo a los artistas extranjeros incluir en sus giras una “modernizada” España, que nada tenía que ver con tiempos pasados.

El espíritu contracultural y de trasgresión que se concentró en la música durante la década de los ochenta en el conocido movimiento de la Movida Madrileña, se extendió a las demás provincias españolas, generalizándose en una imagen de modernidad y desarrollo cultural, renegando así de la imagen internacional que España tendría durante la dictadura. Así se crearon los primeros festivales musicales, como el ya citado Espárrago rock, el primer festival de música rock masivo organizado en España, en el año 89.

El periodista Luís Hidalgo, resume así el atractivo de asistir a un festival:

“(…) sólo desde la perspectiva emocional es cuando los festivales al aire libre adquieren todo su sentido. La combinación de ocio, libertad, cierto grado de aventura, contacto con amigos, estancia en una ciudad desconocida y horarios extremos complementan la oferta musical que atrae a cada persona a su festival. Resulta meritorio que en el plano estrictamente musical los conciertos se ven mejor de uno en uno, sin embotar ni saturar la capacidad de retención, concentración y disfrute. Y por lo general las salas acostumbran a estar mejor acondicionadas. Pero es que un festival no es solo música. De ahí su atractivo.” (Hidalgo, 2008)

En los noventa, el rock en España se ramificó en subgéneros como el pop rock, el punk rock, el rock alternativo o el heavy metal. Algunos de los grupos españoles destacados de la década en estos subgéneros serían: Los Piratas, Los Rodríguez, Eskorbuto, El Último Ke Zierre, Mago de Oz, Saratoga, Tierra Santa, Kortatu, Extremoduro, Platero y Tú, Boikot, Reincidentes, Rosendo o Barricada, entre otros. Muchos de estos grupos,

utilizaban sus canciones como vehículo de protesta social, con contenidos de tendencias anarquistas, antifascistas y anticapitalistas.

El nacimiento de la música indie pop española tiene lugar a principios de la década, con grupos como Los Planetas o Sexy Sadie. Aparecen en escena las discográficas Elefant y Subterfuge patrocinando los discos de la denominada como “música popi” o “pop piruleta”, sumándose a este estilo alternativo de música grupos como Los Fresones Rebeldes, Niza, Le Mans o La Monja Enana.

A este subgénero alternativo se le une la aparición de festivales como Doctor Music y más tarde el Festival Internacional de Benicassim, que ayudan a dar el salto a este estilo musical.

Triunfaron también solistas españoles durante esta época, como serían los casos de Sergio Dalma, Miguel Bosé, Alejandro Sanz o Luz Casal. Empieza en España también la “mega-promoción” de determinados artistas, con apariciones constantes en radio y televisión, hasta conseguir las ventas del disco consideradas.

La crisis mundial en 1991, marcaría un punto de inflexión en el mundo publicitario. Las cadenas de televisión crecen en España y hay una tendencia creciente en el sector comunicación del uso del tele-marketing, los patrocinios y las relaciones públicas. La utilización de la música en el sector comunicación se extiende como modo de llegar a la gente más joven y los patrocinios de los eventos musicales son un modo de acercarse a este sector. Las canciones utilizadas en los anuncios se popularizan llegando a convertirse en éxitos de ventas en algunos casos.

En Europa crecen las llamadas plataformas multicanal, surgiendo canales de televisión especializados en música como la cadena VIVA alemana o la MTV. De esta manera, aumenta el poder de promoción de los videoclips.

Según Gustavo Buquet (2001), a comienzos de los noventa, en España comienza un proceso en el cual las discográficas multinacionales empiezan a controlar el mercado musical español, haciendo que las pequeñas discográficas que llevaban anteriormente a los artistas españoles actuaran como satélites de las grandes, desapareciendo muchas de ellas o siendo absorbidas por las grandes multinacionales.

Durante la segunda mitad de la década, se liberaliza el sector audiovisual en España, introduciendo televisión por cable, vía satélite y plataformas multicanal con canales musicales, como serían VH1 (1986) y MTV Europe (1987) y otros de nueva creación, como Sol Música (1997), 40TV (1998) y 40 Latino (2001). Grossberg (1993), apunta que la juventud que ha crecido viendo la televisión y esto genera que se vea representada por los géneros audiovisuales, como son los videoclips, la publicidad o el cine, creciendo los efectos promocionales de los mismos.

### **Festivales en España en la década de los noventa**

La década de los noventa, ve el nacimiento de investigaciones que analizan la oferta y demanda turística de este tipo de eventos. Los impactos económicos del turismo de eventos, (Getz, 1997). En el plano social, el turismo favorece la creación identidad cultural (Esman, 1984; Delamere y Hinch 1994).

Los festivales generan un tipo de turismo que a nivel social incrementa el orgullo local y crea identidad cultural, intercambio de ideas y culturas y cohesión, (Barlés, et al 2012). Los eventos y festivales, ayudaran a crear una idea de los que más interesa en una zona determinada (Turner, 1982). Los estudios empiezan a avalar los aspectos positivos que este tipo de eventos aporta a las localidades donde se celebran y comienza a incrementarse el número de eventos organizados.

España, que sí tiene un lugar como destino turístico, no se queda atrás e imita a sus homólogos europeos, que están obteniendo grandes resultados en la creación de macro-festivales. Comienza una década en la que la música y el turismo comienzan a ir de la mano en nuestro país.

Entre los festivales más destacados, que verían la luz en la década de los noventa, podemos encontrar:

**Monster of rock (1991)**. Celebrado en el estadio Olímpico de Montjuic, en 1991. Fueron unas 45.000 personas, las que asistieron al festival Monsters of rock, en el cual actuaron



Legion, Tesla, Metallica y AC / DC. Llegaron autobuses desde numerosas provincias españolas. El gran escenario por el que fueron pasando todos los grupos contaba con 21 cañones pirotécnicos, que el grupo AC/DC utilizaría como espectáculo visual para acompañar sus canciones.

**Leyendas de la guitarra (1991).** Festival que incluyó el blues, el flamenco, el jazz y el rock en sus actuaciones. Un acontecimiento único que juntaría a artistas como Paco de Lucía, B.B. King, Bob Dylan, Bo Diddley, Joe Satriani, Les Paul, Joe Cocker, George Benson o Larry Coryell. Se realizó en el auditorio de La Cartuja, con cinco días de actuaciones. Retransmitido por el programa radiofónico Los 40 Principales y Tve 2 y considerado por la prensa británica como "uno de los mayores acontecimientos musicales del siglo". El festival fue organizado por la empresa británica Tribute Productions y promocionado por la empresa española Dr. Music. El festival contó con 856 millones de pesetas de presupuesto.

**WOMAD (1992-1993).** WOMAD son las siglas de World of Music Arts and Dance (el mundo de la música, el arte y la danza). El Festival tiene como objetivo reunir varios estilos musicales y danzas de diferentes culturas de todas partes del mundo.

El WOMAD forma parte de los denominados como Festivales Multidisciplinares o Festivales de Músicas del Mundo que surgieron durante la década de los ochenta y se caracterizan por ser realizados en espacios poco convencionales y con actividades paralelas multiculturales. En España se realiza el WOMAD en Las Palmas, desde 1993 y en Cáceres, desde 1992.

**Barcelona Acción Musical (1993).** Abreviado como BAM, el festival comenzó su trayectoria en el año 1993, coincidiendo con las Fiestas de la Mercè. Se creó como un evento dedicado a todas las músicas del mundo, en el que se buscaba crear un clima multicultural. La edición del 2010 supuso su veinte aniversario, consagrando al festival como uno de los más antiguos de España.

**Concierto de los mil años (1993)**. Celebrado en el estadio Riazor, en La Coruña, y aclamado por la prensa del momento como “Uno de los mayores acontecimientos rock celebrados en España”. Reunió en un mismo concierto a figuras internacionales del rock, pop, blues, y rhythm and blues. Más de 90.000 personas asistieron al festival, con 15 horas de duración, durante tres días y las actuaciones de Chris Isaak, Gary Moore, Neil Young y Sting, The Kinks, Bob Dylan, Robert Plant, John Mayall, Jerry Lee Lewis, Bo Diddley, Wilson Pickett y Chuck Berry, entre otros.

**Festimad (1994)**. Su primera edición, en 1994, se realizó en la sala Revólver, bajo el nombre de Festival Independiente de Madrid, en el cual se celebraron más de 100 conciertos. El estilo del festival pasaba por el rock, el pop, hip-hop, punk, hardcore o dance. Por él han pasado: Rammstein, Metallica, Muse, System of a Down, Public Enemy, Lostprophets, Cypress Hill, Marilyn Manson, The Prodigy, Alice in Chains, Linkin Park o Pearl Jam.

**Sónar (1994)**. Celebrado por primera vez en 1994, en Barcelona. Empezó su primera edición, bajo el nombre de Festival Internacional de Música Avanzada y Arte Multimedia. Se trata de un festival de música electrónica y experimental, que por aquel entonces no tenía espacio en los programas de radio. Se trata de un festival original y abierto que tiene lugar en el barrio del Raval durante tres días. A la oferta musical, le acompañan exposiciones de arte y conferencias. El festival complementa su vocación festiva con la exploración del sector de la música, atrayendo el encuentro entre los diferentes actores del negocio musical.

**Festival internacional de Benicasim (1995)**. Creado en su origen como “Festival Independiente de Benicàssim”, por los hermanos Miguel y José Morán, en la localidad de Benicàssim, en Castellón, con la intención de traer a los grupos de la escena independiente que triunfaban en Reino Unido y que en España empezaban a escucharse.

En su primera edición actuaron como cabezas de cartel The Charlatans, Supergrass y Los Planetas, con una asistencia de unas 8.000 personas.

Con el patrocinio de la marca de cerveza Heineken, pasó a llamarse Festival Internacional de Benicàssim o FIB Heineken. Con el paso de los años el festival fue creciendo, hasta convertirse en uno de los festivales españoles con más proyección internacional. Caracterizado por su orientación hacia las tendencias más innovadoras y su eclecticismo, su estilo va desde el rock, al pop o la electrónica.

**Festival Derrame Rock (1996)**. Festival rock, celebrado en Asturias desde 1996 y en Ourense desde 2011. En un principio el festival tenía solo un día de duración, con tres o cuatro actuaciones de grupos españoles. Cada año el festival fue creciendo y contratando grupos extranjeros.

**Doctor Music Festival (1996)**. Denominado como “Woodstok del Pirineo”. Desde el año 1996, el Doctor Music Festival realizaba más de 70 conciertos en dos escenarios. Por él han pasado grupos de la talla de Blur, David Bowie, Suede, Iggy pop, Sepultura, Patti Smith o Moby.

**LEM (1996)**. Festival realizado en el barrio de Gracia, de Barcelona. Dedicado a la experimentación musical y la relación de esta con otras artes, como la literatura, el diseño o la imagen. La responsable de su organización, es una asociación no lucrativa, llamada Gràcia Territori Sonor, responsable de actividades relacionadas con la música experimental.

**Viñarock (1996)**. Por iniciativa del Ayuntamiento de Villarobledo, junto con la promotora de conciertos Matarile, surge este festival, dedicado a música rock, en el año 1996, con las actuaciones de Extremoduro, Los Planetas, Los Enemigos, Australian Blonde y Platero y Tú. Fue celebrado en el Campo Municipal de Deportes Nuestra Señora de la Caridad.

Con los años, el festival fue creciendo e incorporando nuevos estilos musicales, como el mestizaje o el hip hop hasta contar con cinco escenarios y posicionarse como uno de los festivales rock más importantes de España.

**Etnosur (1997)**. El Festival de Encuentros Étnicos del Sur, conocido como Etnosur, se creó en la localidad Alcalá la Real, en Jaén, en 1997. Se trata de un festival gratuito multidisciplinar, celebrado el tercer fin de semana de julio, con conciertos de música alternativa y étnica, en el cual también se puede encontrar otras actividades como talleres, exposiciones, conferencias o proyecciones documentales.

**Menorrock (1997)**. El festival comenzó en 1997, con 15 horas de duración. La asistencia masiva al festival y el apoyo por parte del Ayuntamiento de San Javier, hizo que el festival fuera creciendo cada edición, con una duración de tres días.

**Lorca Rock (1998)**. La primera edición, tendría lugar el 28 de marzo de 1998, en Lorca, Murcia, con grupos como Malvaloca, Enchantment o Transfer. Contó con doce ediciones, tras la cuales el festival desapareció, dejando atrás actuaciones de grupos reconocidos internacionalmente como Scorpions, Iron Maiden, Manowar, Dream Theater o White Snake.

**Territorios (1998)**. Festival que tiene lugar en Sevilla desde 1998. Su primera edición estaba dedicada a la música celta, cambiando la temática año tras año hasta el 2002, denominando su estilo como “música de los pueblos”.

Ofrece conciertos gratuitos en diferentes zonas de la ciudad. Han actuado en él grupos como The Chieftains, Talvin Singh, Goran Bregovic, Mogwai, Carlinhos Brown, Tortoise, Natacha Atlas, Nitin Sawhney o Antony and the Johnsons, entre muchos otros.

## **4.8 DÉCADA DE LOS 2000**

### **4.8.1 Contexto histórico; evolución musical**

“Nosotros somos los pájaros del día  
Decidiendo volar contra el cielo  
Dentro de nuestros sueños, nos despertamos todos  
Para besar a los que nacen para morir

Nosotros somos los rebaños grises  
Hiriéndonos unos a otros con nuestras vidas  
Dentro de nuestros sueños, nos despertamos todos  
(...)

Nuestras estatuas  
El soberbio edificio de nuestro tiempo  
Restando forma los caminos de los sabios  
En el futuro veremos la historia como un crimen  
Así que padre, dínos cuándo es el momento de elevar  
(...)

Ellos coronaron el sol  
Pero yo creo que ellos son libres  
Y nosotros creemos que ellos son libres  
Porque creo que ellos son yo  
Bañados por el sol.”

Harakiri, Serj Tankian

“El saber occidental intenta, desde hace veinticinco siglos, ver el mundo. No ha comprendido que el mundo no se mira, se oye. No se lee, se escucha (...) hay que aprender a juzgar a una sociedad por sus ruidos, por su arte y por sus fiestas más que por sus estadísticas”. (Attali, 1995:19)

La música y los eventos relacionados con ella siempre han ido ligados a movimientos socioculturales, como apunta Josep Martí: “La música, con su gran poder de convocatoria, es capaz de expresar maneras de pensar, capaz de articular colectivos

humanos” (Martí, 2000:14). Las experiencias vividas en rituales, fiestas, conciertos y festivales han motivado a lo largo de la historia un sentimiento de identidad colectiva. Según John Blacking: “La función de la música es reforzar ciertas experiencias que han resultado significativas para la vida social, vinculando más estrechamente a la gente con ellas” (Blacking, 2006: 17). Asimismo Eyerman y Jamison (1998: 163), advierten: “La música de los movimientos sociales trasciende las fronteras de uno mismo y envuelve el individuo en una consciencia colectiva”.

Desde su nacimiento a mitad del pasado siglo XX, el rock ha generado movimientos socioculturales vinculados a la protesta juvenil, manifestaciones artísticas de todo tipo, creatividad y comunicación de mensajes dirigidos hacia la sociedad. La naturaleza del rock desde sus comienzos se basaba en la rebeldía y la revolución creando un auténtico fenómeno social. Con el cambio de siglo, todas esas ansias de liberación, cambio y revolución ya quedaban un tanto lejanas acercando al estilo musical a una orientación más estrictamente comercial.

La historia musical desde la década de los cincuenta, se ha ido caracterizando por diferentes etapas culturales, modas y estilos musicales. La década de los cincuenta fue encabezada por el rock and roll, los sesenta por la psicodelia y la cultura hippie, los setenta se caracterizaron por la música punk y disco, los ochenta traen consigo la new-wave, el hard rock y el heavy metal y los noventa ensalzan el grunge y el brit-pop. Estos cincuenta años de historia de la música han estado plagados de nuevas y diferentes tendencias musicales que iban surgiendo con el paso de los años y en muchas ocasiones trayendo consigo movimientos culturales y sociales asociados a ellas.

El nuevo milenio no trae tantas innovaciones como las décadas anteriores en cuanto a estilos musicales, pero si aparecen nuevos avances tecnológicos que transformarían las relaciones sociales, las tendencias de consumo y el modo de consumir la música.

Los modelos de promoción y distribución de la música han sido cambiados con la aparición de medios como *Myspace*, *Soundcloud* o *iTunes*. Mientras que en el siglo anterior, los artistas producían discos cada cierto tiempo, las tendencias del nuevo milenio han derivado en el consumo de canciones sueltas, haciendo necesario un flujo constante de canciones nuevas, generando un modelo de consumo más afín al de “usar y tirar”.

Comienza así la denominada como “cultura mainstream”, anglicismo cuyo significado es; corriente principal, utilizado para designar los gustos mayoritariamente aceptados por la sociedad. Este concepto empieza a tener relevancia en los estudios mediáticos de la actualidad basados en los medios de comunicación de masas y sus efectos en la sociedad.

Es usado principalmente en el campo del arte y la música actual, refiriéndose a las creaciones artísticas que cuentan con grandes medios de producción, distribución y comercialización. Podría situarse el término en contraposición a la conocida como “cultura underground” de décadas pasadas afín a los movimientos contraculturales, alternativos a la corriente de cultura principal.

En la segunda mitad del siglo XX, el término underground ha designado múltiples subculturas, como el movimiento hippie, la cultura mod, la generación beat, los movimientos grunge, punk o heavy, entre otros.

El término mainstream, por tanto, se opone a los movimientos artísticos cuya esencia es el arte en sí, buscando la comercialización y el consumo masivo por la sociedad en general. Según el sociólogo Frédéric Martel:

“El mainstream es, ante todo, una cultura popular, una cultura de masas. Puede ser divertimento, pero también puede ser arte. Es tanto Lady Gaga como *Piratas del Caribe*, y también Batman y *Toy Story*, las series de televisión y el manga. Es algo, por tanto, que puede ser positivo, gustar a mucha gente y crea felicidad y divertimento, pero también puede suponer problemas porque al final es monolítico, imperialista y de tan repetitivo, puede ser realmente criticable. La cultura mainstream es positiva y negativa y, más que un concepto, es un término que se puede analizar y entender desde un punto de vista local, nacional, geográfico... Se pueden hacer muchas lecturas de este concepto.” (Entrevista a Martel, 2011)

Según argumenta Joseph Nye (2009), "Estados Unidos seguirá siendo, pese a todo, el país de mayor influencia (...) La relación de fuerzas en el mundo varía si se mide el poder militar, el económico o la persuasión de los valores y la cultura. Sin embargo, en esas áreas el peso de EE. UU. Es único, aun cuando muchos opinen que el imperio está en

declive.” El profesor apunta a E.E.U.U. como principal potencia del Soft Power, (poder blando), utilizado como estrategia de dominio e imposición cultural. Así, mediante el uso de tecnología como Internet y la libre comunicación global que ésta ofrece se hace más factible la capacidad de grandes potencias “culturales” de persuasión de las masas, para que estas deseen y quieran obtener lo que se quiera que deseen y quieran obtener.

El estudio de la cultura de masas, se ve reflejado en estudios del siglo XX, con autores como Swingewood, (1977), que ya alude a un uso peyorativo del término, o Tocqueville con su publicación *La Democracia de América*, donde trata las diferencias entre la “alta cultura”, dirigida a una élite y la “baja cultura” dirigida a las masas.

Según advierte Del Rey Morató (2004), en su trabajo *Adorno y la crítica de la cultura de masas*, sobre la teoría estética de Adorno, en el que se reflexiona sobre la industria cultural, si hay algo claro que defina el paso del siglo XX al XXI, esto es resumible con las palabras; cultura de masas, medios de comunicación, consumo, mercado, alienación, mimesis, cosificación e industria cultural.

En contraposición a la defensa de una cultura dirigida a las masas, se encontrarían las posturas de Nietzsche, inspirador de la Escuela de Fráncfort, opuesta a la cultura de las democracias capitalistas, Ortega y Gasset o T. S. Eliot, que aseguraban que los consumidores de alta cultura, aunque en minoría, estaban mejor cualificadas y se encargaban de que ésta se conservara.

Adorno, en su crítica hacia una cultura para las masas, defendía las obras de arte debían ser admiradas en sí mismas, no solo por el que la contempla, perdiéndose en ellas, antes de su manipulación como mercancía, que cosificara la obra de arte acercándola a la sociedad. El filósofo defiende la idea de que el creador de una obra artística, aunque la genere de manera individual, termina por convertirse en algo universal y colectivo. (Adorno, 1983).

Con todo esto, a través de la Escuela de Fráncfort, se llega a la denominada “pseudocultura”. La vida moderna de la sociedad postindustrial genera la homogeneización de la cultura, volviéndola más superficial, estandarizada y banal. La pseudocultura ha pasado a convertirse en la superestructura ideológica de nuestro tiempo



(Muñoz, 2005:127). Como citaba Adorno (1941): “la cultura popular es estándar y estandariza a la audiencia, facilitando las labores de control, de dominio y de opresión en el capitalismo”.

“La superestructura ideológica genera y fomenta una percepción deformada de la realidad, perpetuando las inequidades, sustituyendo la cultura espiritual y real del Iluminismo por la pseudocultura, sostienen los de Fráncfort. Bajo la tiranía de la cultura de masas, que no es más que pseudocultura, la vía al totalitarismo es inevitable, porque la sociedad está condicionada a responder activa y positivamente a mensajes irracionales, fragmentarios y violentos.”  
(Rafael Paz, 2011)

En la “pelea” por la competitividad entre canales de televisión, discográficas, los videos y descargas por Internet, el intento de globalizar todas las artes para su consumo masivo, Martel (2011) sostiene que Europa se está quedando atrás en lo que a cultura de masas se refiere comparándolo con Estados Unidos o Asia. Mientras Estados Unidos se posiciona como líder de la cultura mainstream, Europa según el autor lo tiene difícil, puesto que acostumbra a priorizar los componentes artísticos y cualitativos frente al entretenimiento.

Martel apunta que una de las claves utilizadas por Estados Unidos consiste en convertir géneros artísticos principalmente para minorías en géneros para mayorías, como el caso de la música hip-hop o el reggaeton. Paz reflexiona sobre la relación entre los avances tecnológicos y la mecanización y deshumanización de la clase trabajadora con la cultura de masas. Sitúa a la audiencia como sujetos pasivos que solo eligen comprar o no comprar. “estandarización, estereotipación, conservadurismo, mendacidad, manipulación (...) como sostenía el marxismo ortodoxo; la función de la cultura de masas en el capitalismo tardío constituía la herramienta más poderosa para perpetuar el sistema”.  
(Paz, 2011).

Adorno defiende la idea de que el progreso y el cambio, no solo no han beneficiado la liberación del hombre, sino que más bien han contribuido a su esclavización a través de la tecnología y los medios de comunicación que estandarizan el arte creando un tipo de cultura hecha para consumir por el mayor número de personas posible (Adorno 1984).

La industria cultural es la encargada de salvar las distancias entre el arte y el hombre, acercándolo a él y convirtiéndolo en una necesidad social. El arte ya no es para una minoría, se globaliza y se hace un negocio de él, generando así un carácter superficial en los productos de la industria de la cultura. La industria se encarga de generar unas necesidades en la sociedad para luego cubrirlas, (Horkheimer y Adorno, 1944). Por un lado se encuentran los grandes medios de comunicación que promueven un consumo masivo de música que necesita una producción constante de mercancía y por otro lado está la música destinada a una minoría que no incidirá en la conciencia musical colectiva.

En la línea del progreso del mercado musical, con el consumo masivo de la tecnología, las obras artísticas y culturales pasan a convertirse en mercancía que satisface a una demanda cada vez más elevada. Adorno (1984) alude a una incompatibilidad entre la autenticidad estética y la comunicación en una sociedad masificada. Giunta nos define una sociedad donde la información puede ser sustituida, en la que se vive “un eterno presente sin memoria”, y cita: “la democracia de la información puede ser no un aliado sino el mayor enemigo de una culturización verdadera.”, extraído de (Giunta, 2008:11).

La música popular contemporánea es un producto industrial que no persigue intenciones artísticas, sino más bien la satisfacción de la demanda de un mercado que ha sido orientado por esa misma industria hacia unos gustos determinados. Si, según afirman varias tendencias sociológicas, el hombre de la era industrial es un individuo dirigido por la sociedad de consumo, la canción de consumo (término acuñado por Umberto Eco, 2001) y en definitiva la música de consumo sería un valioso instrumento para su coacción ideológica.

Umberto Eco también señala una cada vez mayor presencia juvenil en la demanda del mercado musical, convirtiéndose las industrias musicales en expertas en cuanto a psicología juvenil de masas.

Los aspectos que podrían resumir la industrialización de la cultura y la producción masificada de la música se basan en la racionalización de la producción, el control del sector económico en la creación musical y la estandarización y homogenización de los estilos musicales según el mercado, generando una constante conformación del gusto colectivo.

Como expone Zallo: “Un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares, industriales, productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas fundamentalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social”, (Zallo, 1988:26).

Los estilos de música contemporánea, la evolución en la industria musical y los nuevos modos de distribución y consumo están claramente unidos a la evolución de la tecnología y han influido en todos los actores que rodean el mundo de la música. Sin embargo la música siempre ha estado unida a máquinas o instrumentos que la produjeran, como señaló Umberto Eco: “desde el comienzo de los tiempos, toda la música, salvo la vocal, se ha producido por medio de máquinas. ¿Qué son una flauta, una trompeta o, mejor aún, un violín, sino complejos instrumentos capaces de emitir sonidos si los maneja un ‘técnico’?” (Umberto Eco, 2001:287).

Son muchos los intelectuales e investigadores que hablan de una crisis cultural con el comienzo de siglo. La búsqueda de rentabilidad en los productos culturales dirigidos a una masa está reñido con el concepto de cultura que se tenía en etapas anteriores, degenerando en lo que muchos de ellos se han decantado por denominar “la pseudocultura”.

Con la llegada de los 2000 surgen nuevas bandas con muchos de los elementos musicales de las décadas de los setenta y los ochenta. Grupos como, Franz Ferdinand, The Killers, Kasabian, The White Stripes. También continúa el indie de los años noventa con bandas como Coldplay, Arctic Monkeys, The Killers o Interpol.

Las estrellas de pop adolescente comienzan a hacer fusiones con el rap, el hip-hop o el R&B. El rock decae, cobrando importancia la música pop de baile y la electrónica, cada vez más entremezcladas. La música electroacústica y los programas informáticos para la composición musical cobran importancia. Aparece la música chill out, derivada de la anteriormente conocida como música ambient. Se trataba de música relajante, de la cual han salido muchas fusiones con otros estilos, como es el caso del flamenco chill out.

Toma auge la música minimal, realizada con sintetizadores y aparatos eléctricos. Se trata de un género formado en su inicio como un estilo experimental de los ambientes underground en Estados Unidos y creado en los años setenta basado en armonías y pulsos constantes.

También con el nuevo milenio se pueden observar nuevas tendencias en el blues y el soul con mezclas de sonidos más actuales. Sería el caso de Destiny's Child o Jill Scott. Derivados del rock llegan sonidos duros, con el denominado estilo *dark* con grupos como Evanescence o Sober.

La industria se adueña de la música pop, nacida en su origen en el contexto de un movimiento alternativo. El pop británico de los noventa, pasa de una cultura *underground* al *mainstream*. Con bandas como Coldplay o Keane como sucesores de Radiohead, Oasis o Blur.

Influenciados por la música punk de los setenta, se encuentra una vertiente cercana al rock, con grupos como My Chemical Romance o Fall Out Boy y con influencias de la música disco Franz Ferdinand, The Stripes, The White Stripes o Arctic Monkeys.

Otra de las ramificaciones del rock, llegaría con el nuevo milenio, denominado como rock progresivo de la mano de grupos como Muse o Dream Theater.

Si bien es cierto que el espectro musical desde la llegada del nuevo milenio no supuso un gran cambio en cuanto a estilos musicales, el avance de la tecnología y su masificación hizo que grupos más pequeños pudieran experimentar a niveles antes restringidos a unos pocos.

Nace el nu metal, género de fusión, que combina elementos del rock y el heavy metal con otros géneros, como el grunge, el hip hop, el metal alternativo o el rap, marcando la tendencia *streaming* del rock, con grupos como System of a Down, Limp Bizkit, Limpin Park, Korn o Deftones.

Se retoma el estilo shoegazing, estilo de música alternativa que surgió en Reino Unido a finales de los años ochenta y cobró fama en los años 90, fue bautizado con ese nombre por la costumbre de las bandas de tocar mirando hacia el suelo.

Estilo caracterizado por guitarras fuertemente distorsionadas y melódicas y efectos como el *flanger*, *reverb* o *chorus*. Uno de los grupos más representativos de la década de los 90 sería My Bloody Valentine, recuperando el estilo en la década de los 2000 con grupos como The Pains of Being Pure at Heart, A Place To Bury Strangers, Ringo Deathstarr, The Raveonettes, Starflyer 59, Vivian Girls, Pia Fraus, Yuck o The Horrors.

Dentro del rock alternativo, la banda Muse consigue gran popularidad al principio de la década, junto con otras como Interpol, con un estilo post punk, White Stripes o The Strokes, dentro del grage rock o Modest Mouse, Bright Eyes y Death Cab for Cutie con el indie rock.



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

#### **4.8.2 Internet como medio de comunicación y difusión musical**

A principios de la década de los noventa los temas musicales de hasta dos minutos de duración podían viajar por *E-mail*, *FTP* (Protocolo de Transferencia de Archivos), *Telnet* o *Gopher*. En 1992 se inician las operaciones *Audio Multicast* y *Video Multicast*, dos avanzados sistemas de transmisión de información audiovisual vía Internet. Con el surgimiento de la WWW en 1993, comienzan una serie de dispositivos que facilitaron el manejo audiovisual en distintas aplicaciones para Internet. Desde ese momento, se incrementa la presencia de la música en Internet y se perfeccionan las técnicas de digitalización del sonido.

Considerado como el futuro de la comunicación, Internet es usado en su mayoría por el público más joven, convirtiéndose en uno de los canales más viables para la difusión musical. Como revolución en la difusión musical, nace el *MP3*, formato comprimido de sonido que permite mover a través de la red la música con facilidad. En la década de los noventa ya se afirmaba que “la técnica MP3 e Internet están destinados a cambiar para siempre la forma de consumir o de recibir música en el futuro.” (Dougherty, 1999:8).

Sin duda, Internet ha supuesto un revolucionario cambio en la manera de consumir, distribuir y acceder a la música. Por una parte, en muchos casos se han eliminado intermediarios, facilitando a los músicos darse a conocer y realizar trabajos que con la ayuda de la tecnología ya que no necesariamente se han de realizar en estudios. En Internet encontraremos el catálogo más grande de música que nunca haya existido, pudiendo descargar música de manera gratuita y acceder a la información de los grupos. Todo esto ha venido a transformar el modelo de negocio musical con ejemplos como *iTunes* o *Spotify*. Así comienza el fin de muchos de los intermediarios en el mundo de la música. Sin duda el alcance de la sociedad a la música es mayor que nunca y los grupos cuentan con una enorme audiencia a través de Internet.

La creación de una red musical en Internet tiene un origen social, sirviendo como modo de compartir música, gustos y pareceres en sus inicios. En la actualidad existen incontables foros de discusión musical en la red que muestran cómo van variando los gustos musicales según el contexto sociocultural. Internet supuso la creación de un nuevo espacio global en el que la expresión artística tenía un lugar importante, pudiendo

difundir cualquier manifestación artística a un número incontable de gente en todo el mundo, algo impensable antes de la aparición de Internet. Sin embargo supuso una fuerte alteración para las industrias musicales que tuvieron que cambiar sus procesos de mercantilización. Según apunta Calví:

“La industria de la música, junto a los sectores de la electrónica, las telecomunicaciones y las empresas de software, están aprovechando las características que ofrecen las nuevas redes y tecnologías digitales, dados sus reducidos costes de almacenamiento, distribución y comercialización y la mayor extensión geográfica que estas posibilitan, para establecer nuevos mercados musicales digitales. En este contexto de creciente convergencia tecnológica entre, por un lado, las redes de televisión por cable, satélite y digital terrestre, y por otro, las redes de telecomunicaciones e Internet, las grandes compañías discográficas, como parte de una estrategia general de los grupos multimedia a los que pertenecen, comienzan a revalorizar sus productos musicales digitalizándolos y distribuyéndolos a través de estas nuevas “redes mercado”, con el objetivo de establecer nuevos mercados musicales digitales a escala global”, (Calví, 2006:126).

La demanda social de música y el cambio de hábitos de los consumidores son los principales factores que generan la necesidad de un continuo desarrollo en las industrias discográficas y en todos los agentes que rodean el sector.

J. L. Campos García (1999), en su artículo *La experiencia musical en Internet*, se refiere al primer cuestionamiento dentro de las leyes de los medios de McLuhan, acerca de la mejora e intensificación que el desarrollo ha proporcionado en el campo musical de Internet. Propone como respuesta la atmósfera multimedia que se propaga en el Internet musical, intensifica la comunicación y genera un producto activo dentro de la red de redes.

A la vista de los acontecimientos, la industria discográfica respondió con nuevos servicios adaptados a las nuevas circunstancias. Así adquiere forma el concepto *streaming*, (distribución a través de una red de computadoras de manera que el usuario consume el

producto al mismo tiempo que lo descarga)<sup>54</sup>. También adquiere importancia el *streaming* de conciertos, festivales y eventos que favorece la posibilidad de una gran audiencia que de otra manera sería imposible, independientemente del lugar donde se realice. Así las compañías *You Tube*, *Spotify* o *Moscham* fomentan el *streaming* en vivo alcanzando grandes audiencias, conectando a enormes cantidades de fans con sus grupos de música favoritos.

Según Chris Anderson (2004), quien acuñó el término *Long Tail*, (traducido como larga cola), las reglas del mercado musical actual han cambiado con la utilización de Internet para la compra de productos. Sin tener que soportar los costes de almacenamiento y distribución de los espacios físicos de venta, ya no es necesario seleccionar los productos más rentables. Chris Anderson alude a la existencia de dos mercados en la actualidad. Por un lado un mercado de masas, que se centra principalmente en el alto rendimiento de unos pocos productos que tengan una rápida venta, reduciendo así los costes de almacenaje y llegando a una amplia audiencia. Por otro lado se encontraría el nicho de mercados, basado en la acumulación de pequeñas ventas de una gran cantidad de productos, lo cual se hace posible con el uso de Internet, así se hace posible el acceso a un inimaginable catálogo de productos para un establecimiento físico. Así las empresas como Amazon, con venta de productos por Internet, gracias a la estrategia del *Long Tail*, llegan a más segmentos de población satisfaciendo demandas que antes eran difíciles de cubrir.

---

<sup>54</sup> El término se refiere a una corriente continua, sin interrupción. La tecnología del *streaming* funciona mediante un búfer de datos que va almacenando en la estación del usuario lo que va descargando, para luego mostrarle el material descargado, a diferencia de la descarga de archivos, que requiere la descarga completa de archivos para poder acceder a su contenido.



### **4.8.3 Los festivales en el siglo XXI**

Los festivales del siglo XXI, se caracterizan por aglutinar varias plataformas culturales en un mismo espacio. Los eventos, aunque centrados principalmente en la música, cuentan cada vez más con diferentes exposiciones de expresión artística. Varias carpas, diferentes escenarios, Deejays, exposiciones, mercadillos, espectáculos de danza y por supuesto la música. Con la entrada del nuevo milenio, los empresarios ya conocen las ventajas y beneficios económicos que pueden traer un festival e intentan sacar un mayor beneficio ofreciendo diferentes servicios abarcando otros segmentos de mercado alrededor del negocio de música.

Ejemplos de la variedad de actividades ofrecidas en el mismo espacio-tiempo dentro de un mismo festival serían el caso del festival de Glastonbury, nacido en 1970, llamado en la actualidad Festival de las Artes Escénicas de Glastonbury, que cuenta con varios espacios dedicados a la oración y actividades espirituales; con Iglesia, centro de meditación budista, tienda judía, grupos hindúes, taoístas y hare krishnas, actividades de circo, recitales de poesía, teatro, visionado de películas, talleres de pintura corporal, marionetas, etc. El Roskilde Festival sería otro ejemplo de los festivales multi-culturales, nacido en 1971, en Dinamarca, en la actualidad ofrece diversas actividades como zona de spa, yoga, una “ciudad cinema”, zona de arte, torneo de fútbol, graffiti y varios talleres.

Así, con la llegada del nuevo milenio, la apuesta por una oferta multi-cultural dentro de los festivales es cada vez mayor, haciendo que el viaje a un festival cuya prioridad es la música, cada vez vaya más acompañado de actividades diferentes a realizar, ofreciendo a los asistentes diferentes modelos de diversión y entretenimiento. Otros ejemplos de grandes festivales con múltiples actividades ofrecidas podrían ser Sziget Fest, Sónar, Bonnaroo o Coachella, entre muchos otros, asemejando cada vez más el concepto de festival con auténticas ciudades de entretenimiento.

El continuo crecimiento de festivales y conciertos también ha tenido que ver con la crisis de la industria discográfica. Las ventas de discos bajan drásticamente con la facilidad para descargar música por Internet, lo cual hace de los conciertos y festivales la forma más idónea de generar beneficios. Según Dorée Shafir, editora principal de

RollingStone.com: “Los festivales han sido uno de los pocos puntos brillantes en la industria de la música en los últimos años”(Goldberg, 2011).

Entre los festivales más destacados nacidos con el cambio de siglo, se pueden destacar:

**Exit Festival (2000)**. Festival realizado en Serbia desde el año 2000. El origen del evento viene de la mano de tres estudiantes de la Universidad de Novi Sad, que organizaron la primera edición del festival con la idea de traer la música más internacional a Serbia después de años de aislamiento con la era Milosevic. Empezó con una duración de más de una semana, hasta reducirse a cuatro días. Se realiza en la fortaleza de Petrovadarín y en 2007 y fue ganador del premio otorgado en Reino Unido de “Mejor Festival Europeo”.

**Bonnaroo (2002)**. El Festival de Música y Arte Bonnaroo comenzó en el año 2002, en Manchester, (Tennessee). Festival de “muy humildes comienzos”, según el cofundador Jonathan Mayer. Cuenta con cuatro días de duración dedicando varios escenarios a diferentes estilos musicales, que van desde el indie o el rock al hip-hop o el jazz. Se realiza en una superficie de casi 4 kilómetros cuadrados en el que conviven 12 escenarios en los que se realizan hasta 175 representaciones musicales. Los diferentes conciertos se mezclan con múltiples actividades que van desde las clases de yoga a un tobogán hinchable de 53 metros de longitud. La fama del festival llevó a la conocida empresa de helados Ben and Jerry’s a crear un producto a base de café y helado llamado Bonnaroo Buzz.

**Austin City Limits (2002)**. Celebrado en el Zilker Park de Austin (Texas), desde el año 2002. El festival agrupa durante tres días actuaciones de indie, rock, folk, country y electrónica. Otro más de los grandes festivales nacidos con el nuevo milenio que hizo autoproclamar a la ciudad de Austin como “la capital mundial de música en vivo”. El éxito del evento ha sido indiscutible, creciendo año tras año, lo que llevó a tomar la decisión en el verano de 2012 de ampliar a dos fines de semana consecutivos la realización del festival.

**Saquatch! Music Festival (2002).** La primera edición del festival se celebró en el 2002 en el Anfiteatro de George, en Washington. Como ya es visto en los grandes festivales actuales, cuenta con la representación de una gran variedad de géneros como el rock alternativo, indie rock o hip-hop.

Según una entrevista concedida al fundador Adam Zacks en el Seattle Weekly en septiembre del 2007, la idea nació de la creencia de una demanda sin explotar en la zona que a la vista del éxito de otros grandes festivales como Lollapalooza, Bonnaroo o Austin City Limits, podría dar muy buenos resultados. Según Zacks el éxito del festival fue apostar por las nuevas tendencias musicales, sobre todo de la escena indie. El cambio surgió a partir de la década de los 2000 en la forma de descubrir la música, la velocidad con la que el boca a boca elevaba a las bandas a la fama y el uso de Internet hacía necesario un flujo constante de música nueva para un mercado cada vez más grande y el festival Saquastch procuró desde el primer momento satisfacer estas demandas.

**Open'er Festival (2002).** El festival nació en 2002, en Varsovia, Polonia, como un evento de un solo día de duración. El festival fue creciendo con los años, trayendo artistas como Chemical Brothers, Cypress Hill, Massive Attack, The White Stripes, Fatboy Slim, o Björk. Además de artistas de fama internacional, el festival ofrece las actuaciones de grupos polacos para proporcionarles la oportunidad de tocar ante una gran audiencia y darse a conocer.

En 2006, el festival fue trasladado al campo de aviación Babie Doly, en Kosakowo, pasando de ocupar 3 hectáreas en su ubicación anterior a 463 en la nueva.

Considerado como uno de los mejores festivales europeos ha sido nominado y ganador de varios premios como: Primer lugar en La mejor promoción turística de la región de Pomerania en 2007. Evento cultural de 2008 (Trójkowy Dom Kultury). Mejor festival europeo 2009. Premio Green'n'Clean, concedido a los festivales respetuosos con el medio ambiente. Elegido como uno de los 100 símbolos de Polonia por la fundación Kocham Poske.

**Rock en Seine (2003).** Celebrado en el dominio nacional de Saint-Cloud (Francia), desde el año 2003. Al festival acuden tanto figuras internacionales del rock como artistas franceses. El festival ha ido creciendo a lo largo de los años, de una asistencia de unas 22.000 personas en su primera edición a más de 100.000. El festival tiene una duración de tres días y en él han actuado Foo Fighters, Björk, System of a Down, Radiohead, Arcade Fire, The White Stripes, Massive Attack, Pixies o Chemical Brother, entre otros.

**Bestival (2004).** Celebrado en la Isla de Wight (Inglaterra), desde 2004. El evento tiene lugar en un parque llamado Robin Hill. La organización del festival es llevada por el Deejay y productor Rob da Bank y su mujer, como una ramificación del sello discográfico Sunday Best, junto con la BBC Y Radio 1. En su primera edición el festival contó con una asistencia de 10.000 personas, llegando a 55.000 en 2010.

Las personas que acuden al festival pueden disfrutar de un entorno natural único que ofrece múltiples actividades, además de ser reconocido por su apoyo a causas sociales y medioambientales. En 2005, 2006 y 2007 es elegido como Mejor Festival Europeo (categoría media) y como el festival más importante de Reino Unido en los UK Festival Awards de 2010 y 2012. El festival también es famoso por sus días temáticos, estableciendo un record Guinness en 2010, con el mayor número de personas con traje de fantasía en un evento.

**Oxegen (2004).** La primera edición del festival tuvo lugar en el año 2004. Se trata de un festival de música pop y rock celebrado en el condado de Kildare (Irlanda). Es considerado el festival más grande de Irlanda, con una asistencia de unas 60.000 personas diarias y es conocido también por ser el más ecológico.

El evento es patrocinado por la marca de cerveza Heineken y en él han actuado bandas como Muse, Prodigy, Interpol, The Who o Kings of Leon. Entre las atracciones que acompañan el festival se pueden encontrar una pantalla de cine en el camping o parque de atracciones.

**Summer Sonic (2004).** Festival de estilo indie que se celebra anualmente en Osaka y Chiba (Tokio), con alineaciones parecidas. En él se incluyen actuaciones de artistas nacionales e internaciones. Hermano de este festival, es considerado el Super! Sonic, realizado en Corea desde el año 2012.

**Wireless (2005).** Primer festival organizado en el centro de Londres. El evento tiene lugar el Hyde Park, con una duración de cuatro días durante el mes de junio. Desde el 2013, el festival es patrocinado por Yahoo!, pasando a llamarse Yahoo! Wireless. El evento es la demostración de que un festival urbano puede establecerse y rivalizar con los festivales celebrados en amplias zonas al aire libre, normalmente alejados de los centros urbanos. En él han actuado grupos de la escena indie rock como Kasabian, Soundsystem, Moby, Supergrass o Editors.

**Pitchfork (2005).** Festival celebrado en el Union Park de Chicago, desde el año 2005 que atrae grupos de todo el espectro musical, incluyendo rock, hip-hop, rap, electrónica, música baile, hardcore punk, experimental o jazz.

**Osheaga (2006).** El Festival de Música y Arte Osheaga, es el más grande e importante evento de este tipo en Canadá. Inaugurado con la intención de ofrecer un festival al estilo europeo, con actuaciones al aire libre, rodeados de naturaleza. El evento es celebrado en el Parc Jean-Drapeau, en la isla de St. Helena, se trata de un festival dedicado a la música y a las artes visuales. En él han actuado grupos como Eminem, Coldplay, The Killers, Iggy & The Stooges, Sonic Youth, The Roots, Rufus Wainwright, Arcade Fire o Weezer, entre otros.

**Manchester international Festival (MIF), (2007).** Festival de arte internacional celebrado de manera bienal desde 2007, en Manchester (Inglaterra). Celebrado desde finales de junio hasta mediados de julio, es un festival vanguardista que lanza las últimas novedades de arte, música, teatro, cine y danza. Cuenta con la pantalla más grande del mundo, donde se realizan proyecciones multimedia, mide unos 40 metros y tiene una resolución de 5760 x 2160.

Es un festival en el que “cabe todo” desde actuaciones de jazz, conciertos de rock, espectáculos con DeeJays, proyecciones, exposiciones de arte, reuniendo en un mismo festival todo el espectro de artes visuales, escénicas, culturales, musicales e incluso culinarias.

**Outside Lands (2008)**. Festival de arte y música que tiene lugar en el Golden Gate Park de San Francisco, desde el año 2008. El evento cuenta con diferentes instalaciones dedicadas al arte y numerosas actuaciones musicales, también es conocido por sus iniciativas hacia el cuidado del medio ambiente, como el uso de energía solar, programas de reciclaje, desvío de residuos, talleres de agricultura ecológica o el servicio de aparcamiento para bicicletas. La segunda edición del festival, que tuvo lugar los días 28, 29 y 30 de agosto de 2009 fue retransmitida en directo a través de *You Tube*.

Además de zonas dedicadas al arte y a la música, el festival Outside Lands cuenta con salas dedicadas al deporte, juegos e incluso al vino.

**Estereo Picnic (2010)**. Festival realizado desde el año 2010, en Bogotá (Colombia). En palabras del empresario del evento Julio Correal<sup>55</sup>: “Más que un concierto es un día de esparcimiento, en un lugar campestre en el que la música sólo es una disculpa. Será un sábado para broncearse, jugar fútbol o ultimate, comer, tomarse algo y disfrutar de una noche estrellada”.

Cuenta con diferentes espacios entre restaurantes, zonas de picnic, el “hippie market” o la playa.

**El Festival Más Grande (2013)**. Festival que comienza en el año 2013 en Argentina, con grupos de fama internacional como Pearl Jam, The Black Keys, Two Door Cinema Club, Hot Chip y Alabama Shakes. Como en el resto de grandes festivales europeos, El Festival Más Grande cuenta con diferentes atracciones y entretenimientos además de la

---

<sup>55</sup> Shock.com.co (20 de marzo de 2010). Festival Estéreo Picnic: música, ultimate y buena vibra [elespectador.com]. Disponible en: <http://www.elespectador.com/entretenimiento/agenda/goce/articulo194241-festival-estereo-picnic-musica-ultimate-y-buena-vibra>

música, apostando por una oferta multicultural que incluye arte, teatro, poesía y shows de humor y comedia.



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

#### **4.8.4 España: contexto histórico, evolución musical y festivales de la década de los 2000**

A finales de la década de los 2000, los festivales en España llegaron a ser muy abundantes, creando una demanda excesiva de un nuevo servicio que estaba en auge, lo que según muchos promotores de conciertos hizo peligrar la continuidad de los festivales más pequeños, tal como apunta el profesor Salvador López, del ESADE<sup>56</sup>: "Los festivales son una buena fórmula, aunque es cierto que mientras los grandes llenan, los pequeños tienen más dificultades". Aun así hay bastantes festivales que son puntos de referencia en el mercado de la música y que cuentan con presupuestos de varios millones de euros, como el Festival Internacional de Benicàssim, el Primavera Sound, el Sónar, el BBK o el Low Cost.

El beneficio que producían en las localidades donde se producían estos eventos, hizo que los ayuntamientos inyectaran parte de los presupuestos municipales a su realización, ganando con ello un gran reclamo turístico. En la actualidad las inyecciones económicas municipales han disminuido, teniendo que hacer frente a los gastos del evento mediante patrocinadores, ventas de entradas y consumo de los asistentes dentro del festival.

A este respecto, los festivales han ido innovando cada vez más, creando nuevas propuestas que atraigan cada vez más mercado, haciendo del evento algo rentable por sí mismo, además de los beneficios indirectos que puedan generarse en las localidades donde se hacen.

Ejemplos de innovación en España son el festival Sónar, que creó una zona especial para niños llamada Sónar Kids, haciendo del festival una propuesta de vacaciones que se pueda hacer en familia. Otro ejemplo lo ofrece el festival Primavera Sound que con su iniciativa Primavera Pro, reúne desde el año 2010 a diferentes profesionales relacionados con el mundo de la música y los festivales, como promotores de conciertos, management, distribuidoras, prensa, representantes o productores, haciendo física una red de contactos con la cual poder establecer conexiones entre los diferentes grupos de profesionales del sector.

---

<sup>56</sup> El País (26 de junio de 2011). Los festivales salvan el negocio musical [elpaís.com]. Disponible en: [http://elpais.com/diario/2011/06/26/negocio/1309093403\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2011/06/26/negocio/1309093403_850215.html)



La demanda de festivales se incrementa a medida que aumentan los niveles de renta y valor que se da al tiempo de ocio en las sociedades actuales. Después del boom turístico vivido en décadas anteriores, cobra importancia la desestacionalización de la demanda turística, (Felsenstein y Fleischer, 2003), la importancia de ofrecer eventos culturales como festivales de música pudiendo ser considerados como el motivo principal de visita al destino (Shapiro y Varian, 1999; Hall, 2007), el aumento del número de festivales culturales, denominado por algunos autores como el fenómeno de festivalización de las ciudades (Richards, 2007), o la creación de imagen que generan los festivales, (Quinn, 2005) .

El gran incremento en la organización de festivales también derivó en un incremento en el estudio de este campo, centrado básicamente en dos líneas de investigación; sus impactos económicos (Devesa et al. 2002; Herrero 2004; Thrane, 2002; Gursoy et al, 2006) y las motivaciones de los asistentes a dichos eventos (Formica y Murrmann, 1998; Nicholson y Pearce, 2001; Négrier et al., 2010)

Con la llegada de nuevo milenio, es un hecho ya factible las ventajas proporcionadas por los festivales a las localidades donde tienen lugar y estos proliferan de forma vertiginosa. Los ayuntamientos encuentran en los festivales la forma de situar su localidad en el mapa, atraer a turistas, obtener repercusión mediática y crear un espacio temporal de ocio que de otra manera, no sería posible.

Las marcas comerciales que abastecen al mercado juvenil también encuentran en los festivales la manera idónea de llegar a su público, proporcionando dinero a la organización del festival en cuestión para posicionar su marca. Es tan beneficioso el negocio de los conciertos y la publicidad que proporcionan, que incluso las marcas crean sus propias salas de conciertos, como el caso de Movistar, en Barcelona.

Entre los festivales más relevantes surgidos a partir del año 2000, encontramos:

**Primavera Sound (2001)**. Festival que tiene lugar a finales del mes mayo en la ciudad de Barcelona, en Cataluña. La primera edición del festival se realizó en el año 2001, con una asistencia de 8.000 personas. Conocido por sus propuestas innovadoras año tras año, el festival ha conseguido ganarse una reputación dentro de los medios de comunicación y ha ido sumando adeptos, llegando a una asistencia masiva de 170.000 personas en su última edición de 2013. Centrado en ofrecer nuevas tendencias, abarca numerosas propuestas musicales dentro de los ámbitos más independientes que van desde el rock, el pop, la electrónica y las últimas tendencias de los ambientes más underground.

La gran asistencia al festival hizo que en el año 2005, el recinto del festival se cambiara de su anterior ubicación en el Poble Espanyol al recinto del Fòrum.

Por el festival han pasado grupos como The Pixies, Neil Young, Portishead, Patti Smith, Arcade Fire, Enrique Morente, The White Stripes, Brigitte Fontaine, Antony & The Johnsons, Tortoise, New Order o Iggy Pop.

Otra de las iniciativas del festival, incluida en su décima edición fue la de Primavera Pro. Se trata de la puesta en marcha de un área específica para todo tipo de profesionales dentro del mundo de la música, que se ha convertido en un referente dentro de las relaciones profesionales del sector. Mediante esta iniciativa se intenta crear una forma de alimentar el mundo de la música, que se ha visto como muchos otros sectores afectado por la crisis, promocionando el sector, ofreciendo conocimientos sobre las últimas novedades y renovando los contactos.

**Azkena Rock (2002)**. Festival especializado en música rock que tiene lugar en Vitoria desde el año 2002. Conocido por alejarse de los sectores más comerciales y apostar por grupos del sector underground. El evento es organizado por la promotora de conciertos Last Tour International. Al festival han asistido grupos como Queens of the Stone Age, Alice Cooper, Deep Purple o Sex Pistols, entre otros.

**Bilbao BBK (2006)**. Festival centrado en los estilos rock, electrónica y pop, celebrado en el mes de Julio desde el año 2006 en la ladera del Monte Cobetas en Bilbao. Su primera edición fue iniciativa de la promotora musical Last Tour International junto con el Ayuntamiento de la ciudad, con el nombre Bilbao Live Festival. La asistencia a este

primer encuentro superó las 50.000 personas, lo cual supuso todo un éxito para el evento superando todas las expectativas. Tras el triunfo de esta primera edición, la caja de ahorros Bilbao Bizkaia Kutxa se sumó a la organización del Festival cambiando su nombre a BBK.

**Resurrection Fest (2006)**. Comenzó como un concierto ofrecido durante las fiestas de Viveiro, en Galicia. En su primera edición fue llamado Viveiro Summer Fest, con la actuación de Sick Of It All, la cual tuvo que ser cancelada en el último momento, realizando el festival unos meses más tarde bajo el nombre de Resurrection Fest, esta vez con éxito. Centrado en música hardcore, punk y metal, el evento ha ido creciendo año tras año, extendiéndose a tres días de duración en el año 2010.

**SOS 4.8 (2008)**. El festival Estrella Levante SOS 4.8, se celebra desde el año 2008 en el recinto ferial La Fica de Murcia. El evento cuenta con cuatro escenarios, el Auditorio, el SOS Club, el escenario Jagërmeister y el Estrella Levante, donde se da lugar a varios estilos musicales como el indie rock, pop y electrónica, así como a otros campos culturales como el arte contemporáneo y espacios para la deliberación cultural y científica donde se realizan charlas coloquios y debates con la asistencia de economistas, filósofos y científicos.

Entre las propuestas innovadoras que el festival ofrece, con la colaboración de la Universidad de Murcia y el Ayuntamiento se encuentra un programa de becas destinado a estudiantes de doctorado y postgrado que investiguen sobre la sostenibilidad dentro del festival.

En el 2011 añadieron a las actividades ofrecidas por el festival el “Aperitivo SOS”, con una ruta de tapas a precios reducidos para los asistentes al festival, acompañado de conciertos gratuitos en la plaza de Las Flores, situada en el centro de la ciudad.

Con el motivo del quinto aniversario del festival, se editó el libro Voces SOS 4.8, que resumía los pensamientos y reflexiones que han tenido lugar en las conferencias, entrevistas, debates y encuentros de los personajes más destacados que han pasado por el festival.

Según el consejero de Cultura, la ocupación hotelera del año 2013 durante los días del festival fue de un 99%, siendo los días más rentables de todo el año y anunció la presentación de la Declaración de Proyecto Turístico Estratégico para el festival, del mismo modo que el festival BBK, en el País Vasco.

**Low Cost (2009)**. Festival dedicado a la música pop indie que tiene lugar en Benidorm (Alicante) desde el año 2009. El evento se celebra en el mes de julio, en el recinto Guillermo Amor de la Ciudad Deportiva, con 30.000 m<sup>2</sup> de césped, donde se ubican cuatro escenarios a aire libre: el escenario Budweiser, el escenario Energy Sistem, el Jäger Shot Club y el Karaoke Budweiser Rock Band.

El lugar donde se realiza el festival cuenta también con zonas verdes y una piscina donde poder descansar de los eventos musicales. En su cuarta edición, en el año 2012 el festival recibió una estrella del certificado internacional Industry Green (Julie`s Bicycle) por sus innovaciones en materia de sostenibilidad. La organización Julie`s Bicycle fue creada en el año 2007 para difundir los conocimientos sobre medio ambiente y sostenibilidad que se puedan aplicar a los eventos de música en directo.

Una de las innovaciones ofrecidas por el festival ha sido la apuesta por las nuevas tecnologías en su edición de 2013, usando por primera vez en España un chip RFID (Radio Frequency Identity) en las pulseras que dan acceso al recinto. Otra de las innovaciones ofrecidas es el Karaoke Rock Band ofreciendo a los asistentes al festival la posibilidad de cantar sobre un escenario. Como clausura del festival en su quinto aniversario se hizo una fiesta en la playa de Levante con DeeJays.

Por el festival han pasado grupos de la escena indie nacional e internacional como Placebo, Kasabian, Suede, Los Planetas, Vetusta Morla, Mando Diao, Klaxons, Lori Meyers o Portishead entre otros.

**Sonisphere (2009)**. Festival itinerante que recorre Europa entre los meses de junio, julio y agosto. Centrado en música rock y heavy ha recorrido diferentes ciudades europeas con grupos de talla internacional.

El verano de 2009, comenzó la primera ronda de festivales Sonisphere, incluyendo en las ubicaciones del festival a Nijmegen, (Países Bajos), Hockenheim, (Alemania), Barcelona, (España), Hultsfred, (Suecia), Pori, (Finlandia) y Knebworth, (Inglaterra), con el grupo Metallica como cabeza de cartel. En él han actuado bandas míticas del heavy metal como Iron Maiden, Megadeth, Mötley Crüe, Slayer o Metallica.

**Rototom Sunsplash (2010).** Se trata del mayor festival de reggae de toda Europa. El evento nace en el año 1994 en Pordenone, Italia como una especie de ritual de la comunidad reggae, con dos días de duración.

En 1998, es trasladado a Latisana, Udine, consolidándose en 1999 el Sunsplash como el festival reggae más seguido de Europa, consiguiendo una gran atención de los medios y retransmitiéndose en directo por Internet.

En el año 2000 se traslada a Osoppo, con una duración de 9 días los conciertos se entremezclan con seminarios, talleres, películas, documentales cursos y debates, pasando a convertirse en una macrofestival, el más importante en su estilo en Europa. Finalmente en el año 2010, el festival es trasladado a su ubicación actual, en Benicàssim, (Castellón).

El festival ha ido creciendo año tras año promoviendo ideales de paz, tolerancia, respeto por el medio ambiente, rastafarismo y la no violencia. Recibió el patrocinio y reconocimiento de la UNESCO, como Acontecimiento Emblemático del Decenio Internacional para una Cultura de Paz y No Violencia (ONU - UNESCO del 2001 a 2010) y como actividad conexas de Cultura Sin Fronteras, CSF, y del Seminario Interdisciplinario Mundial permanente de “La Cultura de Paz y No Violencia” de las Naciones Unidas (UNESCO-IPT-UCM).

El evento se extiende durante 10 días en el mes de agosto y cuenta con más de 300 actuaciones de artistas con más de 100 procedencias diferentes. Entre los debates y charlas con los que han tenido lugar durante el festival ha contado con la presencia de personalidades como la Premio Nóbel de la Paz Shirin Ebadi, la activista india Vandana Shiva, los periodistas Bernard Cassen, Rosa María Calaf y Leticia Iglesias, Carlos Carnicero, Esteban Ibarra o Leo Bassi, entre otros.

**Arenal Sound (2010)**. Festival que tiene lugar en Burriana, Castellón desde el verano del año 2010. Se trata de un macro evento musical que llega a los 40.000 asistentes diarios que conjuga los espectáculos musicales y el entretenimiento con el sol y la playa. Los estilos musicales principales en el festival son el indie rock y pop.

El festival tiene una duración de seis días y cuenta con una zona de playa privada, piscina de 300 m<sup>2</sup>, zonas de acampada e incluso barco.

**En vivo (2010)**. Celebrado desde el año 2010 en Getafe, (Madrid) y trasladado en el 2012 al auditorio Miguel Ríos de Rivas Vaciamadrid. El evento tiene lugar a finales del mes septiembre y cuenta con cuatro escenarios en los que se representan los estilos rock, metal, rap, punk o world music, como flamenco fusión o mestizaje.

Tienen presencia principalmente grupos de la escena nacional intercalados con bandas internacionales. En él han actuado Rosendo, Siniestro Total, Los Suaves, Ska-P, koma, Berri Txarrak, Ojos de Brujo o Reincidentes entre otros muchos.



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

# **CAPITULO V:**

# **ANÁLISIS**





Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

## **5.1 INTRODUCCIÓN**

La organización de eventos y festivales se ha convertido en la actualidad en una materia de creciente atención para el mundo académico debido a los efectos e impactos que estos provocan, tanto en el campo de la económica, el turismo y los ámbitos social y cultural. Si bien las características únicas de los festivales musicales pueden generar ciertos impactos generales, debe tenerse en cuenta que dichos impactos no son siempre de carácter universal. Los efectos de éstos se verán ampliamente definidos por las características particulares de los mismos, la dimensión turística que conllevan y las condiciones de los entornos sociales, económicos, culturales y políticos en los que se desarrollan.

Cada verano, España y especialmente sus costas, se llenan de festivales con diferentes estilos musicales como el jazz, rock, indie, reggae o pop. Estos festivales, atraen cada año a miles de visitantes, desarrollando un tipo de turismo alrededor de ellos que genera un importante impacto socioeconómico en las localidades donde tienen lugar.

Estos eventos generan en muchas ocasiones grandes aumentos en los ingresos de los comercios y diferentes sectores de la hostelería proporcionando a la localidad un fuerte impacto económico en un corto periodo de tiempo.

“estos macro festivales, evidentemente son muy potentes. Generan mucho impacto económico, y es verdad que el impacto económico se está tomando como una de las excusas para mantener estas cosas ¿no? Yo, aquí reivindico también el impacto de la cultura desde otra perspectiva, no solamente desde el impacto económico.” AVI-F, 281

“es que han sabido crear un modelo, situarse o crear un modelo de gestión. Han creado un modelo de independencia de los recursos públicos que les ha hecho ser más fuertes en estos momentos.” AVI-F, 280

“los festivales más grandes, que tienen más presencia en los medios de comunicación, los que se celebran en verano, como los festivales de música, bueno, pues yo creo que el impacto económico puede ser enorme, fundamentalmente por lo que decíamos antes, por la atracción de turismo.” AVI-G, 292

“son personas que llegan a un lugar que si no hubiese ese festival muchas veces no irían a esa localidad (...) eso arrastra, pues, al resto de la economía del lugar, pues, en fin, al sector agrícola, a las empresas de comunicación, al sector editorial cuando se trata de festivales que hagan publicaciones, a los técnicos, o al sector de instalaciones y cosas audiovisuales...” AVI-G, 292

En el caso de España, las condiciones climatológicas favorecen la realización de este tipo de eventos, contando con un fuerte atractivo turístico adicional que contribuye al desplazamiento de multitud de visitantes europeos, llegando en el caso del Festival Internacional de Benicassim a reunir hasta un 70% de asistentes extranjeros. De esta manera, se sitúa a la Comunidad Valenciana y los festivales que se están analizando como un referente en cuanto a turismo de festivales.

“¿Qué son cuatro estandartes importantes para vender? Sí. Y, ¿qué yo creo que en cuanto a Comunidades yo creo que nosotros somos la Comunidad más potente en cuanto a tema de festivales? También.” Gd1, 381

“El asentamiento de festivales de música costeros en el litoral de la Comunidad Valenciana es uno de los fenómenos más notables en el ámbito turístico-cultural. Falta una imbricación más sólida con el tejido económico y social para que se pueda asegurar su presencia futura en estas mismas tierras.” AII-A, 3

Si bien se coincide en situar a la Comunidad Valenciana (donde se realizan los cuatro festivales objeto de estudio) y en concreto a la provincia de Castellón, (donde se realizan tres de estos cuatro macro eventos) como un referente en turismo de festivales, no está tan clara la existencia de un plan estratégico enfocado a este tipo de turismo.

“Sí que es cierto que la provincia de Castellón, a través de la diputación, sí quiso poner como un referente de turismo de festivales ¿de acuerdo? A nivel, estamos hablando ya de territorio, no de ciudad. Lo que pasa es que parece que no... Si eso no lo tenemos bien claro definido en nuestro plan estratégico de turismo, pues es como una pieza suelta que tenemos ahí.” AVI-B, 253

Desde este punto de vista, el turismo de festivales, (que reúne el turismo musical, el turismo cultural y conlleva añadidos como el turismo de sol y playa en el caso de la Comunidad Valenciana, con un clima excepcional para desarrollar todo tipo de

actividades que puedan acompañar a la música, que en definitiva es el principal destino), se configura como un gran atractivo turístico, ya que no solo se trata de música, sino de socialización, entretenimiento, valores culturales, tendencias alternativas, vanguardismo, sentimientos, emociones y encuentros en personas con un determinado interés en común. Dicho de otro modo, aunque todo comienza por la música, se convierte algo mucho más complejo de explicar, pero que cada vez atrae a más gente con el deseo de vivir “esa experiencia”, lo que lo convierte en un tipo de turismo que puede llegar a ser muy rentable desde el punto de vista, económico, publicitario, social y turístico.

“es un impacto muy vinculado a la playa.” AII-A, 1

“encima los festivales, lo que ocurre es que son durante los meses más fuertes de la temporada alta, porque los asistentes principalmente son jóvenes. Los jóvenes, cuando pueden es en verano, porque fuera del verano tienen exámenes o tienen trabajo o la gente cuando puede es en verano, que es cuando tiene vacaciones.” AII-C, 17

“Sí que es muy enfocado a la oferta, ¿no? De playa, ¿no? Complementaria. Y bueno, en Benicassim, el Fib, y el Rototom también es eso, ¿no? Una semana de... pues eso, de playa, de todo, a parte de festival y de música, o de lo que pueda englobar el festival.” GD-1, 357

En términos generales, el principal objetivo de esta tesis se fija en aportar un mayor conocimiento de estos eventos, situándolos como acontecimientos de una gran importancia cultural, social, turística y generador de ingresos y empleo en las localidades de realización.

De esta manera, aplicamos los diferentes instrumentos de investigación a cuatro festivales celebrados en las localidades de Benicassim, Burriana y Benidorm, pertenecientes a la Comunidad Valenciana, con el fin de arrojar luz sobre la organización, públicos e impactos que generan, demostrando que estos eventos musicales no solo son sostenibles desde el punto de vista social y económico sino que además contribuyen a la generación de una imagen turística que proporciona un posicionamiento de las localidades donde se realizan.

### **5.1.1 Concepto de efecto e impacto**

Cuando se realiza una intervención sobre un sistema económico y social, aparecen una serie de cambios estructurales y funcionales, tanto a nivel cualitativo como cuantitativo.

Según las definiciones que aporta el Diccionario de la Real Academia Española, el término efecto se refiere, a la situación o situaciones que resultan a corto, mediano y largo plazo debido a la acción de una causa. Mientras que el término de impacto proveniente del latín *impactus*, significa, en su tercera acepción, “impresión o efectos muy intensos dejados a largo plazo en alguien o en algo por cualquier acción o suceso”<sup>57</sup>

De esta manera, la diferencia entre ambos conceptos radica en que el primero se aplica a la situación o situaciones que resultan de la acción de una o varias causas, mientras que el segundo, se atribuye a la persistencia en el tiempo y espacio de esa situación o situaciones. Por ende se puede concluir que los efectos que perduran a largo plazo, también pueden ser considerados como impactos.

Diferenciamos en esta parte del estudio, dos capítulos diferenciados según los efectos e impactos generados por los diferentes festivales:

- Impactos turísticos- económicos
- Impactos socio-culturales

---

<sup>57</sup> Moliner, M. (1988). Diccionario de uso del español. Madrid: Gredos.

## **5.2 IMPACTOS TURÍSTICO-ECONÓMICOS**

La industria que comercializa la cultura, como es el caso de las empresas organizadoras de festivales musicales, trabajan con varios planos de la realidad social, trascendiendo más allá de lo meramente económico. De esta manera actúan dentro de los planos cultural, político, económico, social y turístico. Se trata de un mercado que genera impactos en varios planos, generando por ende la necesidad del estudio de estos eventos.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2005) define a las industrias culturales como aquellos sectores que combinan la creación, producción y comercialización de contenidos que son intangibles y de naturaleza cultural. Estos contenidos pueden tomar forma de bienes y servicios de valor comercial.

La figura 18 muestra las diferentes industrias culturales y creativas:



**FIGURA 18: INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS**



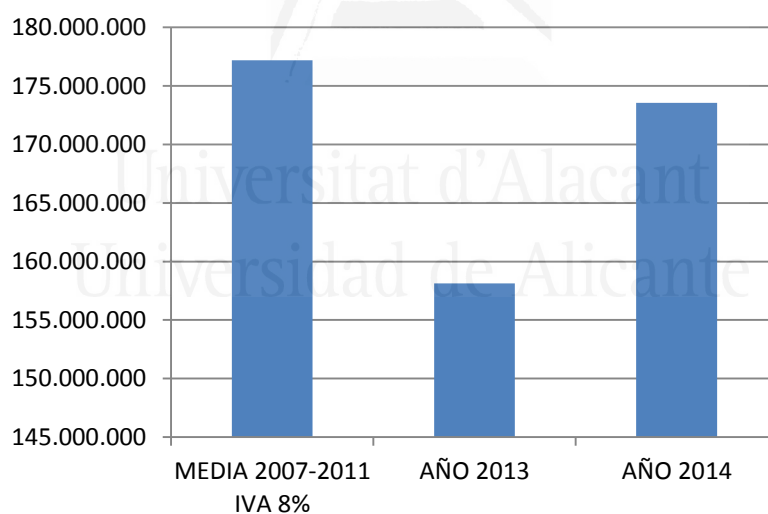
Fuente: UNCTAD- Conferencia de la Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (2008:49) *Medición y caracterización del impacto económico y el valor social y cultural de Festivales en Colombia.*

Las industrias culturales y en el caso del estudio de esta tesis, los Festivales Musicales dinamizan la economía, generan empleo y crean riqueza además de fomentar la acción social y la creatividad.

La Asociación de Promotores Musicales (APM) cierra los datos económicos de la música en directo de 2014 con un aumento del 9,76% respecto a las cifras de 2013. La facturación neta anual se sitúa en más de 173 millones de euros. Por primera vez se acerca a lo que desde hace cuatro años no se conseguía dejando ver un resurgimiento del sector.

En la siguiente figura se muestra la facturación neta anual que ha tenido la música en vivo en España entre los años 2007-2011 y la evolución en los años 2013 y 2014.

**FIGURA 19: FACTURACION NETA ANUAL MUSICA EN VIVO EN ESPAÑA**



Elaboracion propia. FUENTE: APM<sup>58</sup>

<sup>58</sup> <http://www.apmusicales.com/la-facturacion-de-la-musica-en-vivo-subio-un-976-en-2014-el-primer-dato-positivo-en-cuatro-anos/>



Dentro de la música en vivo en España los festivales siguen desarrollándose con crecimiento y consolidación. Según datos de APM, EN 2013 tuvieron lugar 450 festivales de música en España. Hubo un total de 2,5 millones de espectadores y los diez más multitudinarios supusieron 211 millones de euros de impacto económico indirecto solo en alojamiento y transporte.

Los cuatro festivales pertenecientes al territorio de la Comunidad Valenciana que se analizan en esta tesis forman parte de la lista Top 10 de 2014 en asistencia de festivales en el territorio nacional. Arenal Sound y Rototom Sunsplash ocupan el primer puesto, FIB en sexto lugar y Low Festival en octavo puesto. En la tabla 16 se muestra los festivales pertenecientes a la lista TOP 10 de España:

**TABLA 16: TOP 10 FESTIVALES SEGÚN EL NUMERO DE AISTENTES**

FESTIVAL	CIUDAD	ESPECTADORES	DURACION
ARENAL SOUND	BURRIANA	250.000 (41.000 por día)	6
ROTOTOM SUNSPASH	BENICASIM	250.000 (31.000 por día)	8
VIÑAROCK	VILLAROBLEDO	200.000 (66.000 por día)	3
PRIMAVERA SOUND	BARCELONA	190.000 (63.000 por día)	3
BBK LIVE	BILBAO	120.000 (40.000 por día)	3
FIB	BENICASIM	120.000 (30.000 por día)	4
SONAR	BARCELONA	110.000 (36.000 por día)	3
LOW	BENIDORM	75.000 (25.000 por día)	3
SOS	MURCIA	70.000 (35.000 por día)	2
SONORAMA	ARANDA DE DUERO	40.000 (10.000 por día)	4

Fuente: Asociación de Promotores Musicales (APM)<sup>59</sup>

<sup>59</sup> <http://www.apmusicales.com/la-facturacion-de-la-musica-en-vivo-subio-un-976-en-2014-el-primer-dato-positivo-en-cuatro-anos/>

En el caso de macro eventos estos impactos económicos pueden ser muy relevantes.

“Estos son los beneficios económicos (CWA Eurockeennes evaluados como unos 7 euros por 1 euro de subvención pública), pero no beneficios "turísticos" en el sentido preciso del término.” AVI-D, 267

“cada euro que se invierte tiene una repercusión económica en la ciudad importante. (...) Y un retorno brutal. La gente que curra, porque, ¿cuántos trabajan en un festival?” GD1, 364

“El Primavera Sound, en el año 2012 creo que genero un impacto de 65 millones de euros (...) Y que suponía el 0,03 del PIB de Cataluña, o sea, un importante porcentaje y aparte el 4% del total de la actividad musical en Cataluña. O sea, que realmente tiene un impacto muy importante el Primavera Sound, además de generar como te he comentado antes 982 empleos directos. Y creo que en este estudio también se habla de que el espectador gastaba una media de 600 euros en los cuatro días que estaba, entonces es bastante importante el impacto que generan este tipo de macro festivales.” AVI-F, 274

De los tres festivales pertenecientes a la provincia de Castellón, se calcula 61 millones de euros de impacto económico para los territorios.

“los tres festivales musicales que se celebran en la provincia de Castellón, como son el Fib, el Arenal Sound y el Rototom, supusieron un impacto económico de 61 millones euros y crearon un total de 7.400 empleos.” AIV-A, 83

“Según los últimos datos del Patronato Provincial de Turismo castellonense, superan los 50 millones en una sola edición, y generan miles de empleos directos e indirectos, aunque la mayoría temporales. El Ayuntamiento de Benidorm ha llegado a valorar el impacto del Low en hasta nueve millones anuales. Está muy bien, más aún en tiempo de crisis.” AII-A, 2

“Se habla con todos los bancos durante todos esos días, durante el fin de semana refuerzan a lo mejor hasta 5 o 6 extracciones de dinero, o sea, de suplementar dinero y se valora entre 18 o 22 por eso te digo, depende del año y en el Rototom, por ejemplo, siempre se está estudiando 12, 14, 13, 10, o sea, claro pero es más largo, a lo mejor esa gente no saca tanto dinero y consume con tarjeta.” AIV-B, 101

En el caso del Festival Internacional de Benicasim:

“20 millones que sacan de los cajeros, pero es el cómputo total del gasto que hace el asistente del festival, que está muy por encima de la media que hace el veraneante o al menos eso ocurría a principios del 2.000, de los años 2.000 (...) estaba unos veintipico euros por encima de la media.” AIII-A, 46

En la siguiente tabla se muestra la asistencia a los cuatro festivales y el impacto económico que supuso cada uno en su celebración del verano 2013 según los datos extraídos de las entrevistas realizadas a las administraciones públicas, los organizadores de los eventos y las publicaciones hechas en prensa:

**TABLA 17: ASISTENCIA E IMPACTO ECONÓMICO AÑO 2013**

<b>FESTIVAL</b>	<b>FECHA</b>	<b>ASISTENTES</b>	<b>IMPACTO ECONOMICO</b>
<b>FIB</b>	18-21 JULIO 2013	140.000 (35.000 por día)	18.000.000 EUROS
<b>ROTOTOM</b>	17-24 AGOSTO 2013	240.000 (30.000 por día)	14.000.000 EUROS
<b>ARENAL SOUND</b>	1-4 AGOSTO 2013	280.000 (70.000 por día)	29.000.000 EUROS
<b>LOW</b>	26-28 JULIO 2013	75.000 (25.000 por día)	9.000.000 EUROS

Elaboración propia

Estos datos son proporcionados por las administraciones públicas: Diputación de Castellón; Concejalía de Festivales de Benicasim; Concejalía de Festivales y Eventos de Benidorm y Concejalía de Turismo de Burriana en función a los niveles de ocupación y a la extracción de dinero en bancos y cajeros automáticos. Frente a estos datos, entre los entrevistados hay quien duda de la veracidad de estas cifras.

“Del impacto económico que generan en el entorno y realmente no es muy científico. Las cifras que se dan suele ser un título, se busca un titular para que el festival quede favorecido de cara a las instituciones y de cara a la sociedad, pero realmente ningún festival, al menos aquí, en el entorno de Castellón de la Plana, ha hecho ningún estudio, ni tampoco la universidad que yo sepa, un estudio concienzudo, real.” AVI-A, 241

“El problema es la fiabilidad de esos datos. El año pasado entrevisté al musicólogo Simon Frith para Rockdeux y ponía en duda la forma de calcularlos (...) "La mayoría de cifras que proporciona la industria son falsas. Pienso en esos famosos millones que dejan de ingresar por la piratería. Básicamente, es indemostrable. También dudo de los famosos estudios sobre el impacto económico de un festival en la ciudad dónde se celebra.” AII-D, 35

“que no son reales, porque no sé si hay ninguna empresa que desarrolle una metodología que analice los impactos económicos, como puede hacer... Por ejemplo nosotros, en el despacho realizamos el análisis de impactos económicos de eventos deportivos, con una metodología, un trabajo de campo y tal. Yo creo que los impactos económicos que se saben días a posteriori no son reales.” AVI-B, 257

Alojamientos y en especial campings, forman parte de los sectores que más se benefician de la realización de estos eventos, suponiendo cifras muy altas de ocupación no solo en la localidad donde se realiza, sino en kilómetros a la redonda. En cuanto a la duración de la ocupación que en la localidad tiene un asistente a un festival, la Asociación de Campings de Castellón la sitúa entre 4 y 7 días.

“oscila entre los cuatro días y los siete días. Más de los siete días, normalmente no es normal que se quede un festivalero, pero es una media que está muy bien (...) eso le puede salir unos 200 euros del alojamiento por persona, una semana. Una semana ¿eh? los siete días 200 euros por persona, los siete días. Y luego pues claro, hay que contar que el festival les cuesta dinero, el comer les cuesta dinero, en fin...” AV-C, 201

“Lo que pasa que en aquellos sitios que son a lo mejor un destino que no son de sol y playa, tipo Castellón. Castellón tiene una oferta hotelera, que vamos, que llenan en el mes de julio y en el mes de agosto, cuando antes de los festivales, en el mes de julio y agosto, una ciudad como Castellón no podía llenar los hoteles de ninguna manera.” AIV-C, 120

“Yo creo que el impacto en alojamiento, más que en Benicasim, digamos que es... En 40 kilómetros a la redonda.” AV-D, 204

El estudio de los festivales musicales desde el punto de vista económico, representa el campo más investigado con el fin de saber los efectos e impactos positivos que puedan generar. “Los festivales permiten aliviar o reducir la denominada “enfermedad de los costes” o “enfermedad de Baumol”<sup>60</sup>, uno de los aspectos más estudiados en el campo de la Economía de la Cultura.” (M. Devesa, L. C. Herrero, J. Á. Sanz, 2009)<sup>61</sup>. Este estudio sostiene que este tipo de eventos permiten la concentración de la demanda y tienen un coste menor que la temporada regular de otras instituciones culturales, favoreciendo su rentabilidad económica.

“Sin duda, será más rentable económicamente la acción concreta que la permanente, porque mucha gente hace acciones concretas o quiere hacer y pocos soportan lo permanente, con lo cual si los parámetros son solo económicos, está clarísimo.” AIV-H, 163

“y más rápida, dejan bastante dinero en muy poco tiempo, en otros también, hay que compaginar ¿no? Pero ésta en muy poco tiempo deja mucho más dinero que otro tipo de actividades, y que son más largas en el tiempo, pero ésta por lo que es, los empresarios dicen que ojala al año hubiera dos o tres, pero es lo que hay, efectivamente es así.” AIV-G, 153

“Sí, porque los costes fijos son más bajos, el uso de voluntarios más fácil, el atractivo de sponsors más fácil. El coste de la entrada en los festivales es menor.” AVI-D, 268

---

<sup>60</sup> La Enfermedad de los Costes de Baumol sostiene que en distintos sectores económicos, los avances tecnológicos hacen posible un aumento de la productividad. Como ejemplo, para la construcción de un coche se emplean menos horas de trabajo que hace cincuenta años, haciendo posible dedicar parte de los excedentes adicionales a la subida de salarios. Por el contrario, en el sector cultural la productividad aumenta muy poco o nada empleando el mismo esfuerzo y tiempo en la organización de un concierto, no pudiendo financiar las subidas de salarios con aumentos de la productividad, sino con aumentos de los precios. *La enfermedad de los costes de los servicios públicos* Albert Calderó (2012)

<sup>61</sup> *Análisis económico de la demanda de un festival cultural*. M. Devesa, L. C. Herrero, J. Á. Sanz. Estudios de Economía Aplicada. UNIVERSIDAD DE VALLADOLID. V O L. 27-1 2009 PÁGS. 137-158

También es cierto que aunque sí se está de acuerdo en una mayor rentabilidad de estos eventos frente otras actividades culturales permanentes, puede dejarse de lado la calidad de los mismos en pro de una rápida rentabilidad, subestimar por parte de las administraciones las infraestructuras permanentes y provocar un crecimiento desmesurado de este tipo de eventos.

“es un tipo de producto o de bien cultural más económico, más barato que otro tipo de... Pues que montar una infraestructura fija (...) se han convertido sobre todo los de música en un fenómeno turístico, (...) todas las ciudades querían tener festivales. Todos los ayuntamientos han puesto dinero para hacer festivales, independientemente de la calidad de los mismos.” AVI-G, 290

“entiendo que cualquier incitativa que se sostenga en el tiempo es más interesante, económicamente ¿eh? es más interesante, por mil razones. Pero vamos, que básicamente es porque nosotros aquí, por ejemplo Benicasim tiene un problema económico muy grave, que es la estacionalidad.” AV-A, 186

“un peligro en el sentido de que el modelo festival, es el modelo que funciona, porque tiene menos costes económicos que una programación estable. Tiene mayor impacto mediático, tiene menor riesgo político, singulariza una política cultural, y por lo tanto es más mediático a la hora de organizar un festival que una programación estable. O sea, nos trae entre comillas más beneficios ¿vale? Entonces, es un peligro en el sentido de; ¿vamos a dejar de lado la programación estable?” AVI-F, 275

“Yo creo que la crisis ahí, ha marcado un antes y un después, o sea, que si nos ponemos hasta 2008, 2009, 2010, que tampoco les iba todavía muy mal, la evolución ha sido muy positiva, y de hecho, en mi opinión quizás ha habido un crecimiento excesivo de festivales.” AVI-G, 289

Evaluar el impacto del turismo en un territorio es una tarea compleja, que a su vez implica la consideración de intervenciones derivadas de múltiples dimensiones (económicas, sociales, ambientales y turísticas), además del gran número de efectos directos o indirectos de estas intervenciones.

“Bueno, pues el tema del festival... bueno, de hecho nosotros lo hemos estado comentando también, incluso con la Coselleria de Turismo, es que los festivales, cada vez más se están

consolidando como una marca propia y como un tipo de turismo. Hay mucha gente que se dedica realmente, sobre todo la gente joven, al turismo de festivales, que se pasan prácticamente todo el verano yendo de festival en festival. ¿Por qué? pues porque es una práctica turística, digamos, bastante económica, porque tú pagas tu entrada al festival, tienes derecho a acampada, y te permite disfrutar de una manera... pues, muy lúdica, de la música, y como no del verano. Entonces, ¿marca? pues sí, para nosotros es una marca. La gente ya... sobre todo la gente joven, relaciona ya el festival con Burriana y es algo ya, que creo que difícilmente se puede separar.” AIV-D, 128

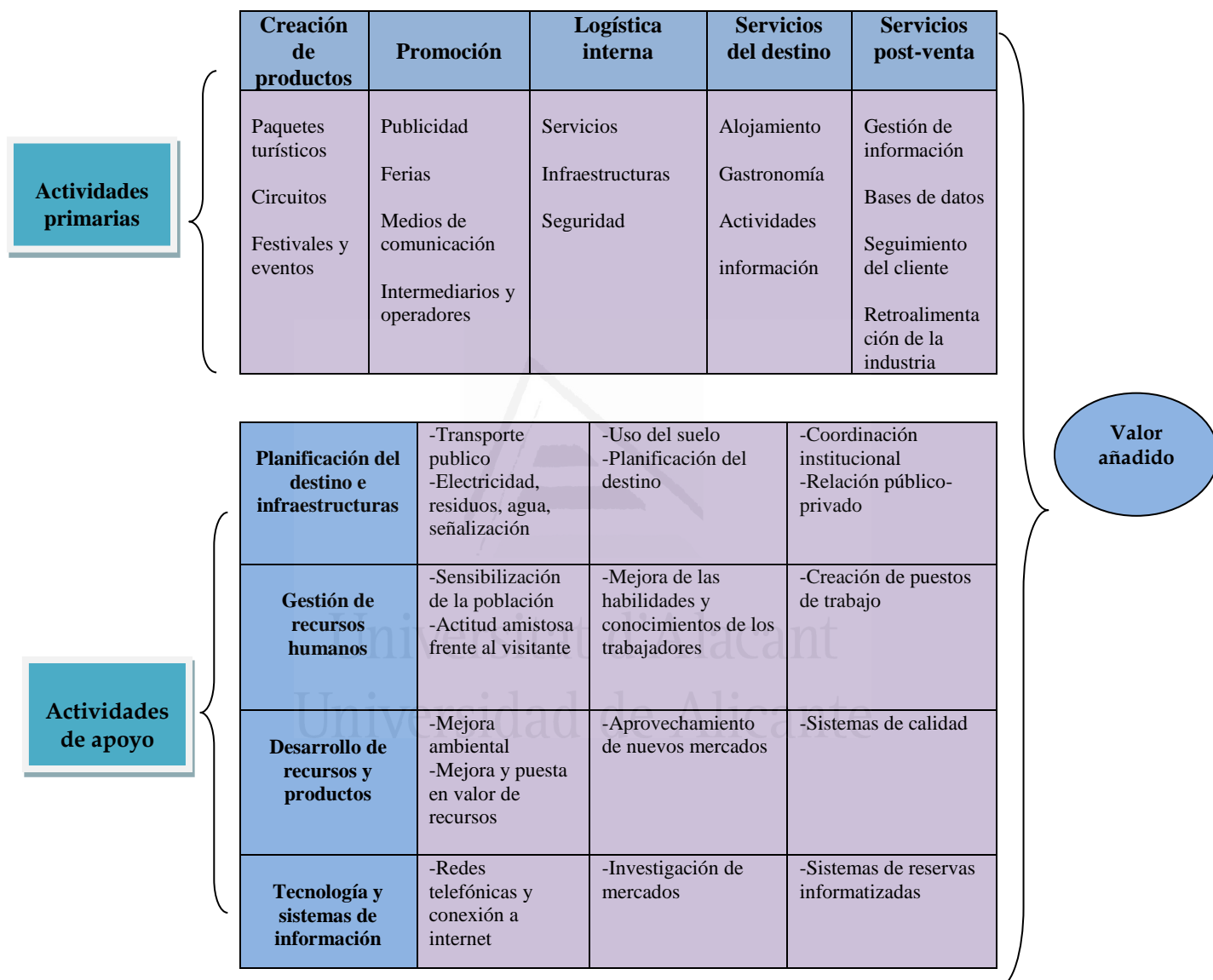
“en los últimos años las estrategias de posicionamiento de destinos van encaminadas hacia la orientación a producto y hacia la segmentación de la demanda. Y una de las estrategias que en algunos destinos de la Comunidad Valenciana se han puesto en marcha los últimos años con ese objetivo de diversificar y de segmentar la demanda turística, ha sido la de apostar por la oferta turística de festivales como una herramienta para captar un determinado segmento de la demanda, sobre todo el turismo joven.” AIV-A, 72



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

Como vemos en la figura 20, Jonker (2004) enumera las actividades primarias y de apoyo que dan valor a un destino turístico:

**Figura 20: Cadena de valor de un destino turístico**



Elaboración propia. Fuente: Jonker J.A. (2004).



La evaluación por tanto debe reflejar la naturaleza multidimensional de esta actividad, pero concentrándose exclusivamente en un rango reducido de efectos. A fin de comprender los impactos turísticos que tienen estos eventos en el territorio, tratamos de comprender la imagen que estos reflejan al exterior, y que generan un valor de marca a medio y a largo plazo de los propios eventos y de las localidades que los acogen.

“Porque estamos hablando de un pueblecito de 18.000 habitantes en invierno, en verano sí que multiplica considerablemente sus habitantes, pero en invierno es un pueblo de 18.000 habitantes. Entonces, sobre todo el nombre, la proyección internacional.” AII-C, 20

“Grandes festivales como los analizados, en tanto que atraen una gran afluencia de público, repercuten directamente sobre el sector turístico de la ciudad, el transporte público, el comercio de la zona... Además, muchos de los lugares son de “sol y playa” por lo que se convierte en un aliciente para el turismo.” AII-E, 38

“el nombre del municipio llega muy lejos, porque el trabajo comercial y de comunicación que hace cada uno, no podemos llegar ni a la enésima parte de lo que hacen ellos, ni podemos captar público como hacen ellos.” AV-D, 210

Por su parte, Erickson y Kushner (1999:370) se refieren a los eventos como una “fotografía única de cómo determinados elementos son percibidos por el público como valores añadidos a la marca”. De esta manera, los festivales musicales generan unas redes de elementos integradas por el público y todos los estímulos que se derivan de estos eventos e interaccionarán unos con otros creando determinados efectos en la marca.

“hablaba con la hija de una amiga y me decía; me voy a comprar la entrada ya del festival, y yo decía; pues sino sabes la programación, y me decía; me da igual, ya sé que va a ser bueno. Pero, si no tienes dinero; da igual, prefiero gastarme 90 euros viendo un fin de semana, viviendo una experiencia, estando con mis amigos, bailando, ver todo un cartel de grupos que a lo mejor asistir a un concierto, que me cuesta la mitad y solamente dura dos horas.” AVI-F, 281

“Y la gente busca una experiencia y conocer algo, que todo el mundo le ha dicho; ¡Buah! un festival es la leche tío.” GB-1, 328

Según sostienen Jiménez M, San Eugenio, J (2009), para comunicar valores relacionados con la marca, los eventos se transforman en un sistema intermedia, la ubicación, la identidad visual del acto, los diferentes espectáculos que contiene el evento, entre otras muchas cosas, interactuarán de manera espontánea con los asistentes al festival, dando lugar a una síntesis mental de los valores de marca por parte del público objetivo.

“Un evento que se realiza repetidamente en un mismo lugar acaba siendo identificado con el territorio. Se crea una unión evento-lugar que lo identifica para el resto del mundo, lo sitúa en el mapa y a la vez le da importancia y notoriedad.” AII-E, 38

“puede traer consigo un aumento en la repetición de la visita. Eh... pues fundamentalmente porque hay gente que es muy fiel a ciertos festivales.” AVI-G1, 287

Costa (2004:136) define el sistema Inter media como la organización de situaciones y lugares donde el individuo “ya no es sólo receptor-pasivo-comprador-consumidor: es también emisor-activo-interprete-actor, ya que se encuentra cara a cara con los productos, objetos, decorados, servicios, mensajes y personas con las que interactúa”.

Este mismo concepto, entendido por Costa como sistema Intermedia, Erickson y Kushner (1999) lo denominan redes de interacción situadas alrededor de los eventos y vinculadas al territorio. De este modo, podemos ver cómo son varios los autores que defienden la idea de que un evento pueda llegar a generar un referente visual en el imaginario colectivo cuando piensa en un destino. En el caso que nos ocupa, estudiamos el impacto que los cuatro festivales que son la base de esta tesis, tienen en el imaginario colectivo cuando piensan en las tres localidades donde tienen lugar.

La hipótesis principal de esta tesis sostiene que los festivales musicales generan impactos turísticos en las localidades donde se realizan. Durante la realización de los mismos hay un incremento de la demanda turística produciendo un valor de marca para la localidad. Weiler & Hall, (1992) se refieren a los festivales de música como un recurso turístico.

“¿tienen éxito? Sí. En cuanto a éxito de público, lo tienen. En cuanto a éxito de imagen, también lo tienen. Falta saber hasta qué punto también el éxito comercial.” GD1, 381

“se ha visto como progresivamente, los últimos años, la repercusión turística de estos festivales ha ido incrementándose. Tanto desde el punto de vista de las pernoctaciones en los destinos como en cuanto a la dinamización de la economía en torno al festival, en la repercusión mediática de los eventos y por lo tanto en la imagen o la repercusión para la imagen del destino que cada uno de los eventos que cada uno de los eventos ha podido tener. En la generación de empleo y la actividad económica durante la celebración del festival.” AIV-A, 71

Sitúan los impactos económicos principalmente en el sector hostelería, supermercados y repercusión mediática.

“El público de estos festivales generalmente es gente joven, por lo que imagino que serán los pequeños comercios (comida y bebida principalmente) los que mayor probabilidad tienen de aumentar sus ventas durante la celebración de un festival. También el transporte público, los hostales y hoteles, campings, bares y restaurantes.” AII-E, 38

“30.000 personas que vienen de fuera o las que sean cada año, con ganas de pasarlo bien, divertirse y con un presupuesto que, bueno, pues se lo van dejando aquí. Los que más ganan con diferencia sobre el segundo clasificado, en todos los festivales y siempre están en silencio, son los supermercados. Los supermercados están llenos, esos triplican, quintuplican sus facturaciones.” AV-D, 205

El grupo de gente joven GD2 no suele realizar actividades fuera del festival y se aloja normalmente en las zonas de acampada del propio festival.

“Vamos, es que realmente no daba tiempo a hacer nada más, porque no da... es que hay tantas cosas que hacer y realmente no hay nada, que no da tiempo.” GD2, 420

Los gastos que más resaltan son las compras en supermercados.

“Nosotras íbamos todos los días al Mercadona a comprar la comida.” GD2, 421

Y las actividades que dicen haber hecho fuera del recinto son ir a la playa y acudir a discotecas. (GD2, 422)

En cuanto al desembolso que han hecho para acudir a un festival lo cuantifican entre 100 y 250 euros, además de la entrada y el transporte (GD2, 429) dependiendo del festival (GD2, 423, 424)

En menor medida también ayudan a un posicionamiento del sector cultural en el territorio.

“También destacaría que al final un festival lo que ayuda es a generar un pequeño sector vinculado a la cultura, a los eventos, y eso forma parte del tejido productivo de una localidad.” AVI-G, 293

Turismo e identidad cobran una gran importancia en la organización de eventos. El turismo promueve el mayor movimiento de personas en todo el mundo, como apunta MacCannell (1973), promueve e impulsa escenarios prefigurados uniendo la realidad con el imaginario. De esta manera, prácticamente cualquier lugar es un destino potencial para la práctica turística.

Los festivales de música, conforman así un escenario cuya principal motivación es atraer personas al evento produciendo un valor de marca y la consolidación en el imaginario colectivo de los asistentes para posteriores ediciones.

“Ahora, también es bueno para promocionar. Es decir, un tío que está en un pueblo de Luxemburgo, en su casa, está ahí; Bua, festivales. Dice; ¡Uy mira! Empieza a ver imágenes, y ve la playa, y ve tal, el Arenal, la playa, la gente bailando, tal. Dice; ¡Uy, yo me voy para allá, pues si esto es la pera! Burriana. ¿Dónde está Burriana? ¡Ah mira, está aquí!” GD-1, 351

De esta manera, los festivales representan una estrategia de promoción para la localidad en sí mismos además de atribuir un posicionamiento identitario de la localidad en su conjunto. Desde este punto de vista, tanto destinos emergentes como maduros en su relación con la práctica turística, pretenden consolidar una identidad territorial que haga deseable su destino frente a otros. De este modo, los festivales de música resultan un valor añadido para las promociones turísticas asociando su imagen de marca a la localidad.

“si tú no tienes conciertos y no tienes grandes festivales, ¿cómo te pones en el mapa? Si playas tiene toda la...” GD1, 357

“En Castellón, es que llevan muchos años con esto, y entendieron el concepto con el Fib. Y, yo he hablado con la persona, en su momento, cuando empezó, que era la que estaba allí de concejal de cultura cuando iniciaron. Y, en el pueblo no querían el... no lo querían. De hecho, tuvieron críticas por todos lados. Y ahora, si se va... ¿Por qué se conoce Benicasim en el mundo? (...) ¿Por qué se va a conocer Burriana en el mundo? Pues, porque ahora hay otro gran festival, que es Arenal, y que va a dar a conocer ese...” GD-1, 309

En toda estrategia de posicionamiento turístico y construcción identitaria mediante la organización de festivales o cualquier otro evento se debe dar respuesta en primer lugar a las siguientes preguntas:

- ¿Qué imagen de marca deseamos transmitir?
- ¿Cómo queremos que nos vean?
- ¿De qué recursos turísticos asociados al destino –tangibles e intangibles- nos podemos valer para transmitir la esencia de nuestro mensaje?

En esta ocasión, para el estudio de los cuatro casos propuestos para esta tesis, nos interesa poner el énfasis en dos variables concretas:

1. ¿En qué medida el evento de referencia facilita la construcción de una marca identitaria para el territorio?
2. ¿Qué incidencia tiene el evento en el proceso de construcción e interiorización de una imagen turística?

La organización de eventos representa un lugar de gran relevancia en el proceso global de comunicación y posicionamiento incluido en un plan de marketing turístico. En esta tesis se estudia el caso de cuatro festivales y las relaciones entre la organización de los mismos y la evocación de la imagen de la ciudad en el mercado turístico.

“Tiene un impacto a nivel de incremento de la afluencia de visitantes, sobre todo internacionales, y tiene un impacto de prestigio de marca o de posicionamiento de marca.” AIV-J, 178

“si proliferan más festivales es porque hay mercado, hay gente, hay posibilidad de una rentabilidad y me parece bien que lo organicen y nosotros en función de esa imagen... Yo entiendo que es importante, es un componente importantísimo, pero si solo basas la imagen en ese mercado, en ese aspecto, no puedes, porque entonces renuncias a otro tipo de líneas, otro tipo de imagen, otro tipo de turismo, otro tipo... que no puedes renunciar.” AIV-C, 114

“Una de las claves de los destinos turísticos que también yo creo que hay que destacar de la Comunidad Valenciana en su conjunto y de en concreto de los que estamos hablando, es la oportunidad que supone el que el destino sea conocido por personas que hasta ese momento no lo habían visitado, y la oportunidad de fidelizarlos. Y, yo creo que efectivamente este tipo de eventos, que además tienen una continuidad en el tiempo, también contribuyen a fidelizar.” AIV-A, 86

Francesc González (2010:30), arguye que los festivales contribuyen a la regeneración urbana, a impulsar la imagen turística y al desarrollo local según sepan enfrentarse a los siguientes retos:

- La cooperación entre los diferentes actores que participan en la creación, organización y el proceso del evento
- El nivel de sostenibilidad social, cultural y económica que acompañan la celebración del evento.
- Por último, el reto de la creatividad, ya que estos eventos necesitan reinventar constantemente los formatos y mantenerse a la vanguardia, tratándose ya de productos con alta competencia.

Los mercados turísticos son competitivos, y una meta para los destinos es posicionar el producto que se desea vender en la vanguardia, ya que el mercado cambia y evoluciona de manera constante. Los festivales musicales de música moderna y alternativas son un ejemplo claro de constante evolución no solo en las tendencias musicales que acogen, sino en el espíritu global de los eventos.

“...ayudan al posicionamiento y se asocia a lo que es el turismo de festivales....Y todos los valores que implica el festival, es decir, vacaciones, fiesta, música, sol, con la marca... con la marca Castellón, ¿no?” AIV-J, 2

“Ese mediterráneo nuevo, ¿no? Ese modo de vida fresco, festivo, un poco es lo que van buscando. Entonces sí, evidentemente ayudan a construir esos valores asociados a la marca.” AIV-J, 3

“...es uno de los puntos importantes de nuestra estrategia turística. Además, lo bueno que tienen es que son complementarios a cualquier otro producto turístico, no compiten por el espacio sino que lo complementan.” AIV-J, 4

La creciente movilidad de los mercados, la expansión del consumo cultural y de ocio y las tendencias sociales han favorecido el crecimiento y éxito de los festivales de música, una oferta ideal para apoyar y sumarse al formato Sol y Playa. De este modo, Francesc González (2010), se refiere a los festivales de música ya no solo como un instrumento cultural, sino que ofrecen modos de generar experiencias participativas de consumo cultural, pasando de ser un recurso complementario a convertirse en la oferta central de ocio y consumo.

Así, Benicasim, Burriana y Benidorm, añadiendo este tipo de eventos a su oferta turística, desarrollan estrategias de marketing turístico ofreciendo nuevas experiencias dentro de un formato cultural que promete varios días de animación a la vanguardia de las tendencias musicales.

“La gente visita sobre todo cuando son festivales de tres días, ¿por qué se busca un festival de tres días? por una razón muy sencilla, porque no buscábamos al turismo que viene y se marcha después del concierto (...) lo que buscábamos no era traer a un artista mundial sino traer a ese artista mundial si se puede dentro de un festival de tres días y que las pernoctaciones, como hemos visto en la estadística fueran de tres a ocho días, con lo cual la empresa turística se beneficiaba y la marca de Benidorm se beneficiaba mucho más.” AIV-E, 138

Para J.M. Miossec (1977), existen imágenes universales, inducidas y efímeras. Con imágenes universales, el autor se refiere a conceptos visuales muy potentes que se instalan en la mente humana. Una representación icónica por excelencia que aparece al pensar en un destino determinado. El autor defiende la idea de que dentro de estas imágenes universales, existen imágenes inducidas, prefabricadas con estrategias de marketing y publicidad, buscando esa imagen que se instala automáticamente en la mente de los individuos al pensar en el destino.

“el territorio es totalmente indisociable al festival, (...) O sea, hay una ligazón muy potente con el territorio.” AVI-F, 277

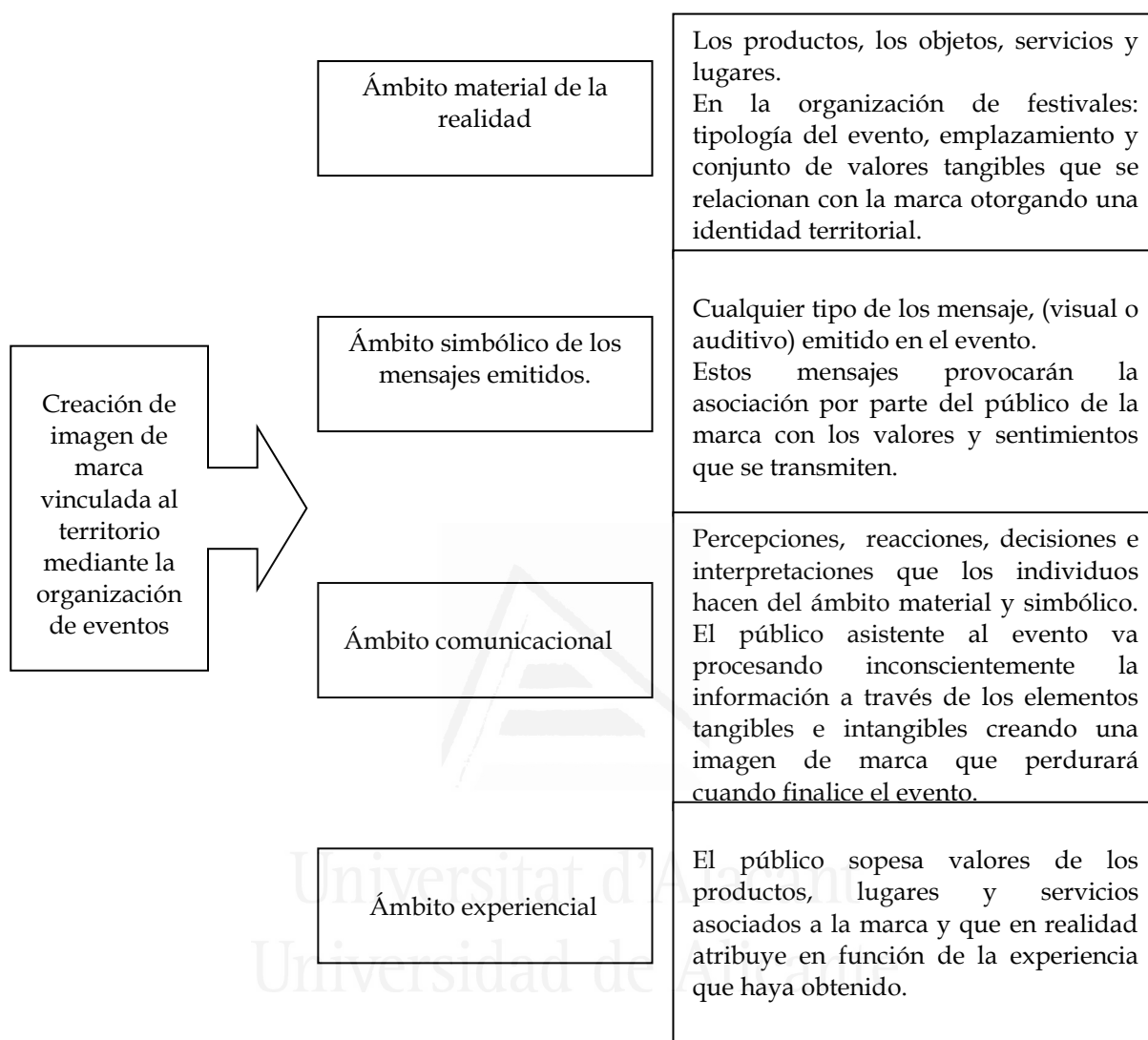
“si yo te digo Sitges a tu mente seguro que viene el festival de Sitges. Edimburgo... festival de Edimburgo, Benicasim... festival de Benicasim, o Aviñón, o festival Fira Tàrrega ¿no? O sea, que realmente hay algunos festivales que sí existe este dialogo y esta plataforma, o esta potenciación desde las dos perspectivas de una manera efectiva, se puede crear una marca identitaria, evidentemente.” AVI-F, 277

De esta forma, la organización de eventos y en el caso de este estudio, de festivales musicales, se considera una buena estrategia para conseguir este propósito. Por consiguiente se podrá fabricar, mediante la organización de estos eventos, iconos visuales que resultan de una interacción vivencial y fenomenológica con el territorio y con el evento.

En este sentido, la generación de “sights” o referentes visuales mediante la organización de estos eventos, se construye una imagen de marca en los imaginarios colectivos. Costa (2004) alude a cuatro ámbitos diferenciados, representados en la figura 21, que deben confluir a la hora de generar estos referentes o sights:



**Figura 21: AMBITOS GENERADORES DE SIGHTS**



Elaboración propia, Fuente: Jiménez y San Eugenio (2009:285-286)

Kathleen Joyce (2004:1), señala la capacidad experiencial de los actos como parte imprescindible para el público, señalando dentro de la organización de eventos a la necesidad de experiencia de marca como el factor por excelencia de transmisión de valores, por encima de otras herramientas de marketing.

“y ahora ya hablo de los festivales de música moderna, o el impacto económico que tienen. No solamente nos podemos dejar guiar por este impacto económico, también hay un impacto en el individuo, un impacto artístico, un impacto social, cultural, que también tenemos que tenerlo en cuenta. Entonces, si ahora vamos a dejarnos llevar por estos festivales, que recaudan o que ven al espectador como un mero cliente, aquí también hay un peligro. Tenemos el peligro de la pérdida de la programación estable, que para mí es fundamental, y el peligro de ver al espectador como un mero cliente, y entonces hacer un festival catálogo, que lo único que pretendamos es la sostenibilidad del festival, ingresar dinero.” AVI-F1, 275

Los festivales suponen el tránsito hacia una visión moderna del territorio desde el punto de vista de estar vendiendo un producto que oferta tendencias a la vanguardia y que busca ofrecer valores añadidos al espacio para una mayor y mejor explotación desde el punto de vista turístico. La extensa oferta de festivales supone para gente joven un modo de vacaciones divertido y con un coste relativamente bajo que les puede llevar a sustituir otro tipo de actividades vacacionales.

“¿Sustituís a lo mejor unas vacaciones por ir a un festival?”

Andrea: Sí, pensamos irnos a un festival en vez de irnos...

Celia: Incluso orientamos... Por ejemplo nosotras, lo que hemos dicho antes, que nos fuimos a Cádiz a un camping. Incluso orientamos nuestras vacaciones más a ese rollo. Preferimos a lo mejor irnos a un camping, porque hemos vivido lo que es y tal antes que irnos a un apartamento o a una casa, aparte de porque es más barato, porque no sé, a mí me gusta más.

Alicia: Nos hemos hecho ya a ese tipo de...

Celia: Sí, nos hemos hecho ya a ese tipo de...

Andrea: Pero, por ejemplo el año que nos fuimos al Arenal no hicimos ningún viaje, e hicimos el del Arenal.

Celia: Claro, cambiamos una cosa por otra”. GD2, 437

El cambio en las industrias musicales también ha supuesto un cambio y un aumento en este caso del consumo de música en vivo:

“En general, la popularidad y el aumento de estos eventos (y me refiero a los conciertos en general) -al menos hasta antes de la llegada de la crisis- han podido suponer un cambio en los ámbitos de consumo y en la estructura de gastos que los individuos destinan a la cultura....aquellos individuos que más música comparten/prestan/descargan/copian, es decir, que no contribuyen económicamente a la producción del álbum, son los que con más probabilidad asisten a conciertos de música. Así, y a falta de estudios longitudinales, la población melómana ha podido derivar parte del presupuesto de la compra de disco a la asistencia a conciertos”. AVI-C, 263

De esta manera, según afirma Joan Costa (2004:136), mediante la organización de un evento se conforma: “un espacio envolvente, un entorno interactivo que se extiende a los lugares, a los objetos y, también, al tiempo”, construyendo de esta manera una imagen de marca para el territorio. Tal y como afirma el autor: “un producto sin imagen de marca, sin una misión y una ambición, no significa nada” (p. 149) y alude también a las experiencias buscadas, manifestando que “más allá de la funcionalidad y las prestaciones de los productos y servicios, y más allá de la racionalidad y la lógica de su utilidad, se busca la experiencia senso-emocional” (p. 158).

“la atmosfera que se crea en estos festivales, lo del tema de la identidad, la programación que llevan a cabo, el carácter festivo del mismo. O sea... y la calidad o la singularidad que tiene la programación, o sea, estos sí que son elementos que hace que la gente..... y la música moderna sí que es la que consigue atraer más público regional, más público estatal, y un poco de público internacional.” AVI-F2, 276

De esta manera, la organización de los cuatro eventos que nos ocupan ayudan a un posicionamiento identitario y promocional de las localidades donde se realizan.

“Básicamente, está demostrado.” AII-D, 35

“¿Tú conocías Burriana?”

No, no conocía Burriana, pero...

Ni tú, escucha. Ni tú, ni los que vivían al lado de Burriana. Con todo mi cariño a Burriana, y ahora... (...) ¿Cuánta gente exponencialmente lo conoce solamente por un solo evento?”

GD-1, 338

“el mayor esfuerzo que hace un festival es de comunicación, para captar a todos los asistentes. Ese esfuerzo siempre va asociado a Benicasim, porque es el destino. O sea, yo... un festival es capaz de traer a alguien a lo mejor de Australia, aquí, cosa que nosotros somos incapaces de hacer.” AV-D, 208

“puede generar una imagen muy positiva del lugar, una imagen turística, y una imagen general del lugar generalmente condicionada yo creo, pues, por la calidad o el éxito del festival.” AVI-G, 287

En las declaraciones del grupo de debate 2, formado por gente joven asistentes en la actualidad a festivales de música, se les preguntó si conocían Burriana antes de haber asistido al festival Arenal Sound y tres de los cuatro participantes reconocieron no saber que existía antes del festival. (GD-2, 417)

Si bien, la gran mayoría está de acuerdo en que estos festivales impulsan una imagen turística y crean una marca, no todos están seguros en que sea la adecuada y atienden a la existencia del peligro que supondría perderla en el caso de que el evento no se realizara:

“Impulsan una imagen turística, otra cosa es que esa imagen turística sea la que se pretende o no.” AV-A, 181

“...yo como técnico de desarrollo local, el tema de que haya un festival o no, en realidad no ayuda demasiado. ¿Por qué? pues porque entiendo de que donde se debe potenciar el desarrollo de una localidad es en los recursos endógenos... tenemos que hacer es explotar lo que tenemos aquí, si viene un festival y se instala en Benicasim, estupendo porque genera esa economía, pero los recursos de verdad que tiene el municipio no es el festival, ¿eh? Porque el festival mañana se va a Málaga o se va a París y ¿entonces qué hacemos?” AV-A4, 182

Generan marca y llevan el nombre del territorio más allá y a otros nichos de mercado donde el turismo convencional de la localidad no lo podría llevar, pero se duda de que la imagen turística que se da del lugar sirva para la vuelta de turistas fuera de la época del festival.

“yo creo que se trata de un incremento de turismo muy puntual... Este diente de sierra, podríamos decir, de incremento turístico, pero que luego ya desaparece, no genera más estacionalidad.” AVI-B, 252

“creo que no, porque en ningún momento te dicen nada del sitio (...) Es que además yo creo que los sitios donde se celebran festivales, es que no tienen nada (...) Playa (...) La gente va a la fiesta, no va a ver el pueblo.” GB-1, 417

“Nosotros, cuando empezaron los festivales, yo lo recuerdo, estuve presente en la reunión que se decidió, digamos apoyar al Fib o decir que sí. Siempre nos imaginábamos que después, fuera de temporada u otros años o fuera del festival, vendría gente a Benicasim, pues porque ha pasado un buen momento aquí, porque se ha enamorado aquí o por lo que fuese y ese impacto ha sido menor de...” AV-D, 208

“Pero no hacen que conozcan el sitio, hacen que conozcan el festival. No se interesan mucho en...” GD2, 418

“tienen un impacto muy concreto y muy centrado en una semana de celebración”. AIV-A, 86

También el crecimiento en los últimos años de este tipo de eventos crea la duda de si realmente generan una marca como lo podían hacer sus predecesores.

“Ahora mismo, yo creo que ya no marca tanto, porque como hay festivales en todos los lados, ya la marca, ya no marca. Quiero decir, ya el boli se ha gastado. Ya no es como antes. Ahora, tenemos todo el mundo metido Fib, Fib, Benicasim, Benicasim. Y eso marcó una época, fue en un momento, y era un marketing determinado. Y, no había tantos festivales, y lo tienes ahí.” GD-1, 337

Este crecimiento también ha supuesto una mayor competencia entre festivales para atraer el mayor número de asistentes que, sumado a la crisis y una menor capacidad de gasto de la gente joven, ha provocado que cada vez sea más asequible la entrada.

“Se nota muchísimo la crisis. Se nota muchísimo, la crisis. Se nota esto que ha surgido de repente, de unos años a esta parte, que es el botellón. Que, eso destruye el ocio totalmente.” GD-1, 307

“Es un poco el evento social, ¿no? De ir con los amigos (...) No sé si se ha cambiado radicalmente, pero sí que en un porcentaje muy grande, sin duda. O sea, ahora los festivales tienen un precio asequible y se han convertido en un fenómeno social.” GD1, 325

También se sitúa como un efecto de esta bajada de precios la necesidad que tienen este tipo de macro eventos de llenar para no perder las colaboraciones y patrocinios que no tendrían sin una asistencia masiva.

“Si tú montas un SOS, y te traes un cartel espectacular, y pones un precio de abono de 55, de 60, y metes 15.000 personas. Te quedas sin patrocinios, el dinero público que te dan...Te dicen; Oye, pero que 15.000, ¿dónde vas con tanto dinero? Y de golpe y porrazo, estás aquí y bajas. Entonces, el SOS tiene que llenar o sí o sí. El Low Cost, o sí o sí tiene que llenar.” GD1, 335

“al final necesitamos masa y la masa la generamos con costes bajos, durante una temporalidad. Por ejemplo, unas acciones de marketing, de posicionar entradas muy baratas durante un tiempo previo, al final son objetivos comerciales (...) con 60 euros, 70 euros, te pasas 5 o 6 días de vacaciones (...) también eso se relaciona con el valor que estamos dando a la ciudad.” AVI-B, 255

El coste cada vez menor que supone ir a muchos de estos festivales provoca que se valoren más culturalmente los que más precio tienen o que se valoren poco los que menor coste tienen. El grupo de debate 1 valora más los que mayor coste tienen.

Carlos S: Demos un salto en precios. Fib, los precios del abono son ciento y pico...

Carlos A: Sí.

Carlos S: Primavera llega a los 200 euros.

Carlos A: 200 euros.

Antonio: 200 euros.

Carlos S: Te aseguro que ahí, las barras funcionan.

Antonio: Sí, porque hay gente que...

Carlos S: Porque yo, si me gasto 200 euros para ir...

Antonio: Yo quiero ver los grupos." GD-1, 323

El grupo de debate 2, formado por gente joven no está dispuesto a pagar por los festivales que les ha supuesto un bajo coste en el pasado, aunque si estarían dispuestos a pagar más por otros festivales.

"Yo este año digo: pago 80 euros... digo: no, no, no, he pagado treinta y me lo he pasado impresionante. Digo no voy a pagar 80." GD2, 404

A continuación, en la tabla 18 se exponen los casos de las tres localidades que forman parte del estudio y los efectos e impactos turísticos que proporcionan la organización de los siguientes eventos en las mismas.

**TABLA 18: FESTIVALES OBJETO DE ESTUDIO**

LOCALIDAD	FESTIVAL	FECHAS	ESTILO
BENICASIM	Festival Internacional de Benicasim	Mediados de Julio	Música independiente, pop, rock, elect
	Rototom Sunsplash	Mediados de Agosto	Música reggae
BURRIANA	Arenal Sound	Principios de Agosto	Indie Rock, Indie Pop y Electrónica
BENIDORM	Low Cost Festival	Finales de Julio	Indie, Pop

Elaboración propia

“En el caso del Arenal Sound, los últimos datos que disponemos; un total de asistentes de 280.000; en el caso del Low Cost Festival de Benidorm, 75.000; en el caso del Rototom, 240.000; y en el caso del Fib, 145.000. Otros ejemplos de la importancia o la repercusión mediática que tienen estos eventos si nos centramos en su impacto sobre las redes sociales, pues vemos por ejemplo el caso del Low Cost Festival, que tiene 900.000 vistas en la web; en el caso de los fans el Arenal Sound en Facebook, 422.000; en el caso de los seguidores en twitter del Fib, 43.300; en el caso del Rototom los fans de facebook son más de 140.000.” AIV-A, 71



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante



### **5.2.1 El caso de Benicasim**

Municipio situado en la costa de la provincia de Castellón, en la Comunidad Valenciana, España. Con una población en torno a los 18.000 habitantes, Benicasim ha tenido un importante desarrollo turístico en los últimos años. Con la llegada del boom turístico de la década de los sesenta, el municipio se consolidó como destino turístico vacacional fundamentado principalmente en el turismo de sol y playa.

Benicasim fue una de las poblaciones pioneras en España en posicionarse como destino turístico, construyendo su primera villa de verano en 1887. El municipio atraía a la burguesía valenciana de finales del siglo XIX y principios del XX durante el periodo estival.<sup>62</sup>

Desde sus inicios como centro turístico, hasta hoy en día, Benicasim ha ido transformándose, adaptándose a las nuevas tendencias y a la propia evolución del sector turístico, hasta poseer una extensa infraestructura turística con una capacidad receptora de más de 100.000 veraneantes. Calificado como destino maduro dentro del sector turístico, Benicasim en su evolución turística, marcó un antes y un después en su actividad turística con la organización del Festival Internacional de Benicasim desde el año 1995, lo que la convierte ahora en un ejemplo en el desarrollo de grandes eventos dentro del panorama nacional e internacional.

El festival ha posicionado la localidad en el mapa internacional como lugar de referencia para el encuentro de amantes de la música pop e indie. De esta forma un lugar conocido con anterioridad desde el punto de vista turístico principalmente por la oferta de sol y playa, desde ese momento adquiere otro matiz, reforzando su valor turístico y situándose en el panorama internacional.

Andrés Martínez, vicepresidente de la Diputación de Castellón, en la presentación del programa de Festival Internacional de Benicasim 2013, declaró: “Los festivales son una plataforma de gran alcance para dar a conocer el destino turístico de la provincia No sólo debemos tener en cuenta el impacto económico que se desprende directamente de su

---

<sup>62</sup> Ayuntamiento de Benicasim: <http://turismo.benicassim.es/turismo/208/Historia>

organización los días en que se desarrollan los festivales, sino que además tienen un alcance que va más allá y que supone ser un foco de atracción de futuros turistas internacionales.<sup>63</sup>»

La Diputación defiende el turismo de festivales como uno de los prioritarios reclamos con los que cuenta la provincia para su promoción turística. De esta forma, la imagen que tenía la localidad con anterioridad, se convierte a través de las experiencias que surgen de la interacción de los visitantes con el evento, creando una imagen en el imaginario de los turistas. Por consiguiente, el festival se postula como una estrategia definidora de la imagen in situ del destino turístico.

El vicepresidente de la Diputación también se refiere al otro festival que nos ocupa en Benicasim como: “El festival Rototom Sunsplash se asienta como otro gran festival referente de la provincia de Castellón”. Es clara la apuesta por parte de la Diputación de Castellón por el mantenimiento del turismo de festivales, visto como uno de los productos prioritarios para la promoción turística de la provincia, al suponer una de las plataformas de atracción de turistas extranjeros más importantes.

De esta forma, el plan de marketing de la Diputación de Castellón cuenta con un lugar prioritario para el turismo de festivales, por todos los beneficios presentes y por todos los beneficios futuros que puede aportar como potente fuente de ingresos y promoción turística a nivel internacional. El vicepresidente cita: “Es uno de nuestros mejores instrumentos de posicionamiento, un producto turístico de calidad, internacional y atractivo”.

“Benicasim, solo con la producción que se hace gracias a los festivales en medios de comunicación a nivel mundial, eso pagado en dinero, en la vida lo podría pagar... lo podría asumir el Ayuntamiento de un pueblo.” AII-C, 27

---

<sup>63</sup> Prensa Diputación de Castellón, (2013, 5 de junio). La Diputación defiende el turismo de festivales como uno de los reclamos prioritarios en la promoción turística provincial. En: <http://www.dipc.as/es/la-diputacion-defiende-el-turismo-de-festivales-como-uno-de-los-reclamos-prioritarios-en-la-promocion-turistica-provincial/>

Las aportaciones del Ayuntamiento de Benicasim según la Concejalía de Festivales de la localidad rondan el millón de euros anuales divididos en alquileres del recinto de festivales valorado sobre los 370.000 euros, aportaciones entre los 200.000 y los 250.000 euros y suponiendo la parte restante del presupuesto los servicios de limpieza, policía, recogida y demás suplementos (AIV-B, 103). Desde el Ayuntamiento defienden esta aportación por los buenos resultados en repercusión económica que ha supuesto para la localidad.

“A nivel, lo que es el sector empresarial hostelería, comercio y tal es positiva. A nivel Ayuntamiento, es mucho dinero, nosotros no ingresamos nada, el Ayuntamiento nunca ingresa, al contribuyente le cuesta dinero los festivales. Pero, la repercusión que tiene tanto económica, como de empleo, como turística, pues es tan buena que la gente lo acepta.” AIV-B, 103

“uno crea sobre 700 empleos durante 10 días y el otro a lo mejor 900 o 1.000 durante 4 o 7 días, pero luego indirectos, pues la hostelería y el comercio local si sacan un poco a la calle (...) quiero decir el impacto social sobre todo a nivel de jóvenes y de empleo es muy fuerte, es muy importante.” AIV-B, 104

Esta tesis sostiene la hipótesis de que los festivales son una clave estratégica de posicionamiento del destino turístico Benicasim. En este caso analizamos dos de los festivales realizados en esta localidad:

“Durante esos días sí, o sea, se llenan hoteles, campings, pensiones, hostales, todo. O sea, la semana de Fib y Rototom es imposible encontrar una habitación prácticamente o un hueco en un camping. Tu piensa que si vienen alrededor de una 25000 personas en Fib y de esas 25000, 15 ó 16 se hospedan en campings, en los campings y las acampadas que se montan para los festivales, pero luego hay unas 10.000 que se van o hoteles (...) buscan sitios de alrededor porque aquí ya no hay.” AIV-B, 94

“pero un municipio como Benicasim, con 18.000 habitantes y de repente que te vengan 35.000. Pues es pionero, sí, en cierta manera sí y de hecho a nivel de seguridad, a nivel de montaje, a nivel de organización, se han puesto en contacto municipios de otras ciudades de España para conocer como se hace aquí y no uno ni dos, muchos. Conocer nuestros planes de seguridad, planes de autoprotección, como se organiza, Como se previene, como se monta, como se distribuye, todo eso sí.” AIV-B, 99

La organización de estos eventos, promueve la creación de nuevos nichos de mercado desarrollando atractivos turísticos que bien pueden contribuir a mejorar la oferta turística ya existente o crearla en el caso de que no la hubiera.

“Sí, sí, sí, claro, claro, por supuesto. El festival de Benicasim por ejemplo que lleva 20 años, yo estuve con los organizadores el primer día y yo sé que desde el minuto uno, todas las personas que han ido participando, que han ido incorporándose, no solamente en la organización del festival, sino personas que han venido como espectadores, como participantes, luego hemos tenido conocimiento de que han venido sus hijos, han venido con sus parejas, han venido con... O sea, que tiene una capacidad... de alguna manera, ¿se retroalimenta, no? Y entonces sí que es importantísimo, pero para ello tienes que tener una credibilidad también, de que ese festival sea algo serio, que tenga una oferta buena cultural y musical y tal y desde luego es importantísimo.” AIV-C, 114

Los festivales suponen una extraordinaria oportunidad para posicionar la localidad alrededor de un mensaje, añadir potencial al territorio y vender una marca que transmita valores de singularidad y emociones.

“Benicasim a lo mejor tiene una... como decirte... se ha conocido a raíz del festival y a través de ahí, pues podemos tener posibilidad de mostrar otras cosas” 114

“sí piensas en Benicasim, y el festival, y el Fib, es una clara asociación de imagen, además muy turística, porque los festivales de música tienen una imagen turística muy potente”. AVI-G, 288

“A nivel de marca Benicasim, sin festivales Benicasim no sería ni la mitad de conocido de lo que es ahora (...) Benicasim no tendría capacidad económica para pagar todo eso (...) el impacto que tiene en medios radiofónicos, medios televisivos, Mtv, medios online, etcétera. Benicasim en su presupuesto anual no podría pagarlo todo, es imposible. Porque el impacto que tiene durante la semana de Fib en noticias, en Televisión Española, en Antena 3, en Telecinco, Mtv, las radios, etcétera. Eso en minutos, en segundos, cuantificado estamos hablando de millones de euros...” AIV-B, 99

En el caso de Benicasim una imagen turística que pudiera ser muy dependiente de los festivales:

“Lo que pasa es que el municipio cuando piensa que estrategias va a seguir o va a tener para organizar en el futuro o para tener una visión un poco más a largo plazo, no puede tener en cuenta que unas empresas privadas vengan a decirte que quieren hacer aquí unos festivales, porque entonces tendrías una estrategia un poco coja. Porque ¿y si no vienen a proponerte ningún festival?” AIV-C, 112

“si destacaría que hemos perdido la oportunidad de mostrar Benicasim a todo el público internacional que nos ha venido gracias a los festivales y eso ha sido principalmente porque en mi modesta opinión y es una opinión, una opinión que compartimos muchos, solo nos hemos centrado en intentar que el festival siguiera funcionando y no en intentar ofrecer una imagen de Benicasim que fuera más allá que simplemente la comercialización del producto Fib o la comercialización del producto Rototom.” AV-B, 193

Se coincide en que los festivales han creado una marca en la localidad y la han posicionado en un lugar de referencia en la realización de este tipo de eventos pero se duda que exista una imagen turística más allá del turismo de festivales.

“esa organización de eventos ¿nos lleva a que venga otro tipo de turismo o no? no lo sé. Ya te digo que ahí... pero sí que es cierto que hay un prestigio en cuanto a la organización de eventos.” AV-A, 183

“han sido muy importantes y son importantes, no digo que no, pero la cosa estaría... deberíamos intentar que el impacto económico del que siempre hablan los políticos que tienen los festivales, fuera una cosa mucho más cierta y mucho más real de lo que es. Es decir, que la empresa que los monta y los genera estuviera a gusto en nuestro municipio y ganara su dinero, pero que también dejara que todo lo demás... Es que, por ejemplo con la asociación, nunca hemos tenido una reunión con los festivales. Mucho más el... si el Rototom, nunca el Fib.” AV-B, 197

## **Festival Internacional de Benicasim**

Patrocinado por la Diputación, el festival viene celebrándose desde el año 1995; en su primera edición fue celebrado en el Velódromo de la localidad, y es a partir del año 1997 cuando comienza a utilizar el recinto actual localizado en el punto kilométrico 986,300 de la carretera N-340. Es un acontecimiento multitudinario de fama internacional que apuesta por la música independiente, estilos pop, rock y electrónica. La administración pública y los organizadores del festival calculan el impacto económico del festival:

“Pero Fib siempre ha estado rondando... siempre se ha dicho sobre los 18 o 22 millones”.  
AIV-B, 101

“La valoramos en función del gasto que hacen los asistentes al festival, tanto del dinero que sacan de los cajeros como la ocupación hotelera, etcétera. También metemos dentro de la repercusión indirecta el dinero que nos gastamos directamente en los proveedores de la zona. E incluyendo todos los proveedores de la Comunidad Valenciana, de alguna forma es dinero que se queda en la Comunidad Valenciana, no ya solo Benicasim, sino Castellón, Valencia, Alicante. Y también por el trabajo, los puestos de trabajo que generamos, que también... prácticamente el 80% del personal de hostelería es de la zona. Y luego, la repercusión indirecta, que básicamente, la basamos en la repercusión mediática que tiene el evento, que podemos estar hablando también en cifras que oscilan... que superan los 20 millones de euros, en repercusión. No son cifras que hagamos así a la...” AIII-A, 46

“Calcula que se puede repercutir directamente entre 15 a 20 millones de euros, dependiendo de lo populoso que haya sido la edición. Haciendo una media un poco de los últimos 5 años, entre 15 y 20 millones de repercusión directa y en torno a... entre 18 y 25 de repercusión indirecta.” AII-A, 47

La localidad de Benicasim acoge todos los años a miles de jóvenes que se congregan para vivir las experiencias que les lleva ofreciendo el festival desde hace casi dos décadas. Además de música, el festival ofrece cursos de verano, danza, teatro, exposiciones o visionados de cortometrajes, entre su amplia oferta dedicada a la cultura alternativa a la vanguardia del panorama actual.

“En Benicasim lo que ha pasado desde que se incorporaron los festivales es que conviven dos tipos de turismo, que es el turismo familiar.” AII-C, 16

“Es la bomba ¿no?...Ese es el paradigmático ¿no? Por decirlo de alguna manera (...) el Fib, como que ha sido un poco ¿no? La punta del iceberg ¿no? Ha estado ahí siempre. Y la verdad, marca, desde luego....Y de hecho, hay ciudades en España que han intentado copiar el modelo ¿no?” AII-B, 5

“es que yo he ido al festival de Benicasim y tú tenías que ver como estaban los restaurantes y los bares de la zona. Por mucho festival y por muchos servicios que tengan dentro del recinto, la gente al final sale fuera, la gente va a la playa, la gente pasea (...) Era una auténtica locura tío, colas... Colas para tomarse un refresco o para conseguir una hamburguesa”. AIII-B, 10

Con sus casi dos décadas de trayectoria, el FIB se circunscribe entre los festivales más importantes del circuito que recorre toda Europa. El Recinto cuenta con 3 escenarios y 2 carpas.

### **Escenarios:**

Escenario Maravillas: Escenario al aire libre, alberga los conciertos de Pop, Rock y electrónica más multitudinarios.

Escenario Trident Senses: Escenario al aire libre dedicado a grupos o Dj's de varios estilos.

Escenario Fibclub: Escenario al aire libre dedicado a grupos noveles.

Carpa Jack Daniel's: Escenario con diversos Dj's y la programación de FIB Comedy el viernes y sábado.

Silent Disco: Zona de descanso Red Bull con dos programaciones de DJ a la vez.

### **Otros servicios ofrecidos por el festival:**

Fib Market: Zona de tiendas del recinto.

Fibshop: Tienda oficial del Festival con merchandising del Festival y bandas.

Además el festival cuenta con asistencia sanitaria, policía, accesos para personas con movilidad reducida, pantallas de información, puntos de información, recarga para móviles, internet y aplicaciones para móviles.

Fib Residence: El Teatro Municipal de Benicàssim se utiliza durante la semana FIB por un artista de FIB Art y servirá de escenario para representación de una compañía programada en FIB Actúa. También para sesiones acústicas de grupos del cartel de FIB.

Fib Cinema: Festival de cine del FIB con contenidos que vinculan el cine y la música en el Teatro Municipal de Benicàssim.

Otros proyectos como FIB Cursos o FIB Art.

Turísticamente, el festival supuso un gran cambio para una localidad acostumbrada a un turismo familiar, principalmente interno.

“El Fib, estamos hablando que durante cuatro días, cada día hay una media de unas 25.000.” AIV-B, 94

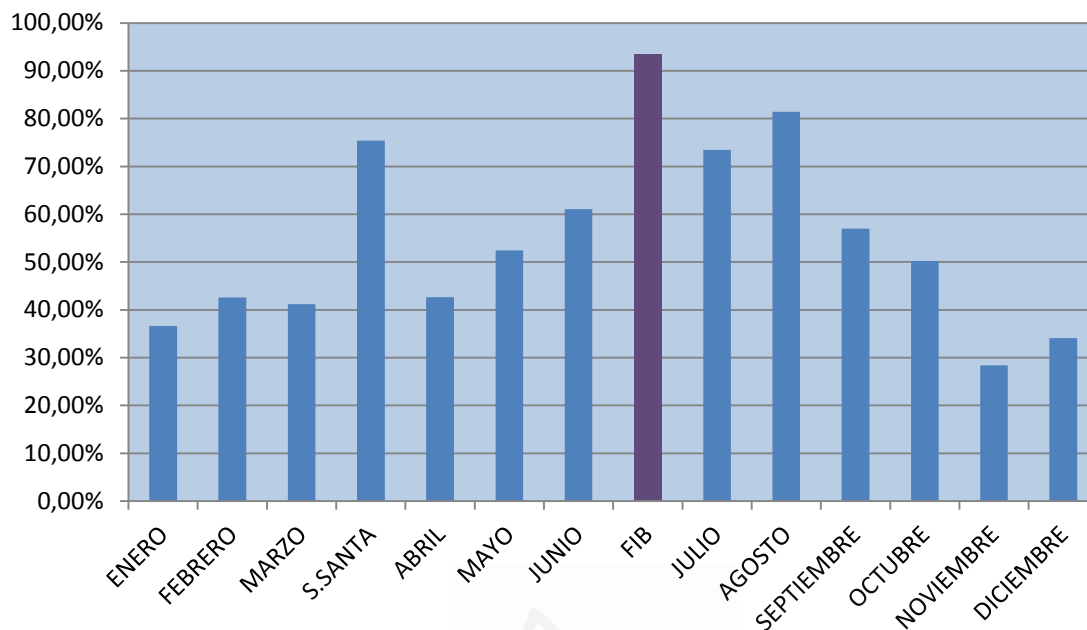
“Es un incremento muy bestia, porque estamos hablando de que todos los asistentes al festival están viviendo en la ciudad durante una semana, viviendo en la ciudad, ocupando todos los hoteles. La ocupación hotelera siempre está al cien por cien, en Benicasim y en toda la zona de influencia.” AIII-A, 41

“es un impacto que en última instancia se traduce en notoriedad para un destino y digamos los festivales son los pocos canales que tienen los destinos como Benicasim que sirven digamos de altavoz para que se oiga Benicasim fuera, porque nosotros como municipio o como destino...”AV-D, 203

En las siguientes figuras se muestra la ocupación hotelera y en campings que tuvo el festival durante los años 2012 y 2013 en comparación con los demás meses del año:

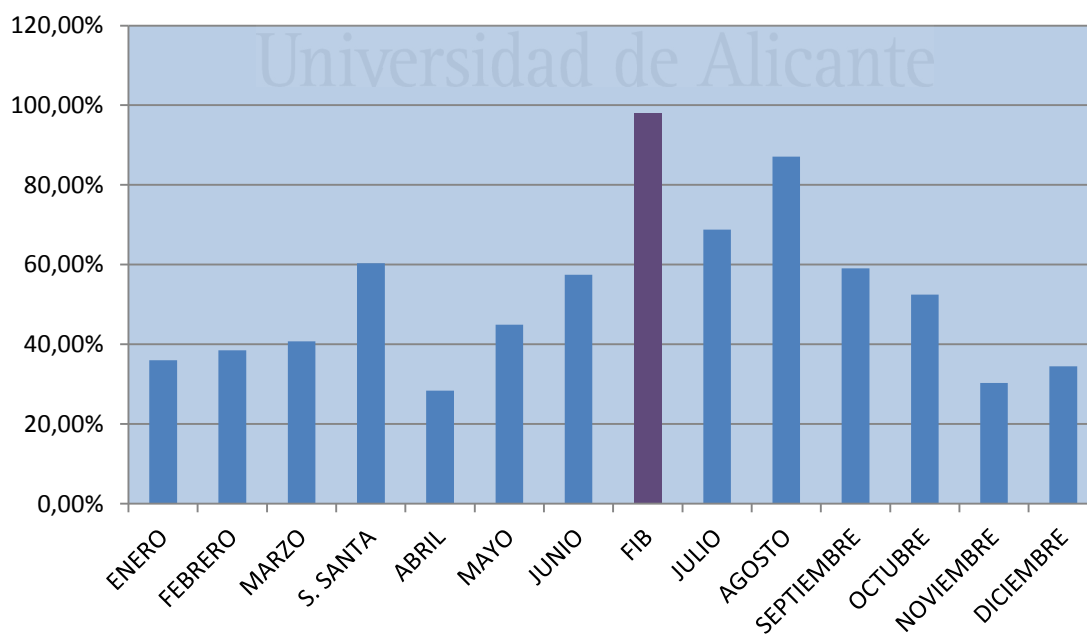


**FIGURA 22: COMPARATIVA PORCENTAJE DE OCUPACION HOTELERA 2012 BENICASSIM**



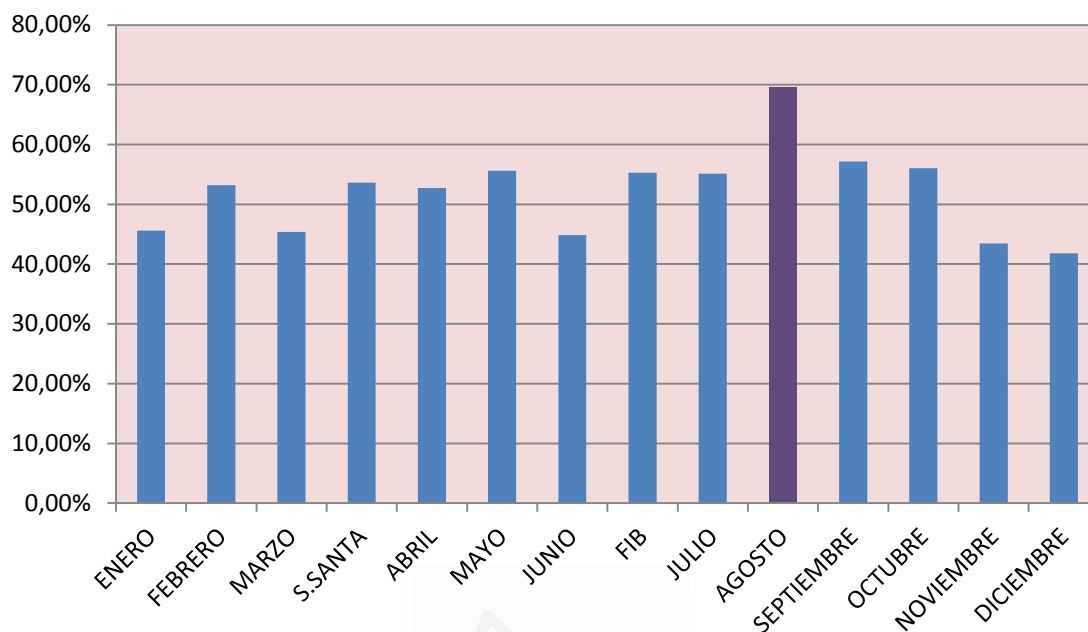
Elaboración propia. FUENTE: Ayuntamiento de Benicassim Turismo

**FIGURA 23: COMPARATIVA PORCENTAJE DE OCUPACION HOTELERA 2013 BENICASSIM**



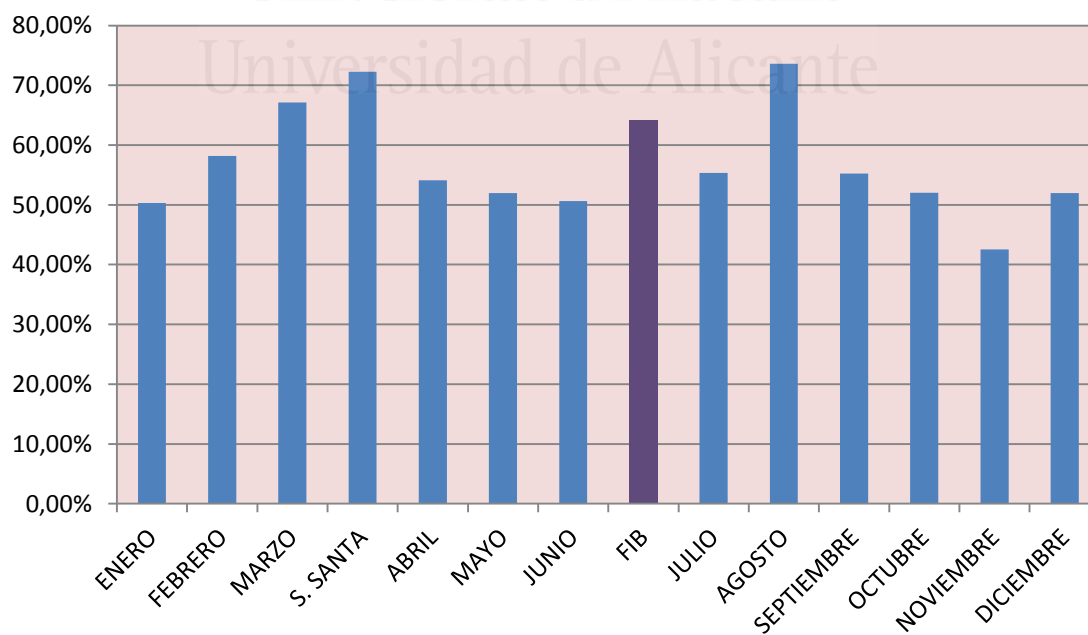
Elaboración propia. FUENTE: Ayuntamiento de Benicassim Turismo

**FIGURA 24: COMPARATIVA PORCENTAJE DE OCUPACION EN CAMPINGS 2012 BENICASSIM**



Elaboración propia. FUENTE: Ayuntamiento de Benicassim Turismo

**FIGURA 25: COMPARATIVA PORCENTAJE DE OCUPACION EN CAMPINGS 2013 BENICASSIM**



Elaboración propia. FUENTE: Ayuntamiento de Benicassim Turismo

Los impactos económicos que reporta el festival se ven reflejados en las altas ocupaciones que se producen en las fechas de realización, el sector hostelero en general, supermercados, bancos y la creación de empleo que supone.

“sobre todo los supermercados, los hoteles, los apartamentos, todo eso es lo que... beneficio directo, bancos, restaurantes también (...) a parte hay que también hablar de los puestos de trabajo que generan, muy importante, aunque sean temporales, durante poco tiempo, pero... pues bueno, ayuda a... muchísima gente aquí se gana un buen extra con los festivales, mucha gente, aparte todos los proveedores, aparte la gente que trabaja allí durante, antes del festival, durante o después, en limpieza, producción, en restauración o lo que sea. A parte de eso, están todos los proveedores del Fib, que la mayoría son de Benicasim o de la provincia o de la Comunidad Valenciana.” AII-C, 26

Si bien es cierto, desde que empezara el festival hace dos décadas hasta hoy en día, se coincide en que el público que asiste al festival es cada vez más joven, lo cual ha repercutido en un menor gasto por parte de los asistentes.

“el perfil de la persona o del participante era diferente, eran un público con un poquito más de edad y luego con un perfil de universitario, poder adquisitivo medio alto (...) sí que se ha notado que eso ha bajado también al tener público muy joven, con menos capacidad económica.” AIV-C, 118

“hubo un cambio incluso en la organización del Fib y ese cambio, yo creo que supuso hasta un target de asistentes. Antes venían personas más mayores, con lo cual el consumo era distinto, el gasto era distinto y ahora vienen chavales muy jóvenes, que ya vienen con el paquete hecho e incluso que vienen con la dirección del Lidl.” AV-A, 184

Aún con los cambios sufridos en el festival, la crisis y menor poder adquisitivo de un público cada vez más joven, el evento se ha mantenido en el tiempo siendo el segundo festival más longevo, (un año después que el SONAR de Barcelona), que aún se realiza en España.

“Fib la verdad es que tuvo momentos de bastante esplendor. Luego ha tenido momentos difíciles que se han logrado salvar y que también, lo difícil en todo esto es mantenerse,

porque hay muchos grandes festivales que se han ido al suelo mientras que Benicasim está ahí.” AV-B, 194

Además, el festival y su formato fue pionero en España, abriendo camino a todos los que vendrían después.

“hemos sido tanto por méritos como por deméritos, los que hemos ido abriendo el camino. Entonces, también nosotros fuimos los primeros en ver que el nicho del público al que nos dirigíamos tenía un tope en España y que había que intentar cazar público de toda Europa, que esa era la intención del festival a partir de su asentamiento a finales de los años 90. Pues, la intención del festival fue expandir, expandirse y exportar sus bondades o su... porque es un festival muy peculiar, ahora ya parece que no...” AIII-A, 44

En cuanto a la construcción de una marca identitaria para el territorio, el caso del Festival de Benicasim parece el más claro:

“El caso de Benicasim, yo creo que es el caso más claro, ¿no? Porque además lleva muchos años, y el Fib ya es una marca internacionalmente conocida, que está asociada directamente a la marca destino.” AIV-A, 84

“pues han llevado el nombre de Benicasim por todo el mundo, es cierto que Benicasim se ha convertido en un referente musical brutal.” AII-C, 18

“Benicasim ciudad de festivales, nunca habría sido posible si no se hubiera celebrado allí el Fib desde 1995, ¿no? O sea, así de claro. (...) Creo que es más que evidente que no podrían nunca haberse agarrado a este *claim* o a este slogan que ellos utilizan sino hubiera sido por el festival.” AIII-A, 42

“es la manera que tenemos de salir en los medios de comunicación y de aparecer en circuitos musicales y para cierto tipo de clientes sí es la manera que tenemos de enseñarnos al mundo.” AV-B, 192

“Benicasim, ahora es conocido prácticamente en todo el mundo gracias a los festivales. El Fib está asociado a Benicasim. Ha sido muchos años y yo creo que... ahora si lo hacen en Madrid, o lo hacen en Barcelona, o tal. Sí, pero la gente en su... la imagen que va a tener va a ser Benicasim y va a tener claro, lo va a tener interiorizado de tal manera que van a querer que sea lo mismo que se hacía en Benicasim, en otra ciudad.” AII-B, 6

“Que todo el mundo querría tener un Fib ahora....tener esa marca. Pero, ya no solo de turismo, sino también de colaboradores ¿no? De empresas que estén ahí apostando por mí, porque yo que sé.” AII-B, 9

“La prueba la tienes en *twitter*, tú pones en *twitter* el *hashtag* Benicasim y la mitad de los *twid* son ingleses, de gente que habla del Fib (...) Entonces el impacto Fib-Benicasim es notable.” AIV-B, 97

Incluso la gente más joven, participante del grupo debate 2, se sorprendía de la repercusión del FIB y su aparición en los medios de comunicación.

“A mí lo que me llama la atención es que el Fib lo anunciaban un montón en la tele. Entonces es raro, porque los festivales no los suelen anunciar. (...) Pero el Fib lo anunciaban muchísimo, muchísimo en la televisión y por eso me llamó la atención y dije; ¡qué raro!” GD2, 399

La interiorización de una imagen turística para Benicasim gracias al festival es clara a la hora de que ha dado a conocer el territorio de una manera que no hubiera sido posible sin el festival. No es tanto así el retorno que esto suponga en visitantes fuera de las épocas de festivales.

“que yo sepa las campañas de captación de turismo que puede hacer Benicasim al margen del festival, es que no las conozco ni si quiera y sin embargo el festival es un... no sé, es un reflejo, es un espejo de la población ¿no?” AIII-A, 42

“Muchas veces sí, pero también he de decirle... porque así es como lo trasladan muchos de los asociados (...) tenemos poco retorno (...) los primeros años la respuesta y el tipo de público, digamos que se adecua muy bien a la infraestructura y al tipo de establecimiento y de oferta que tenía Benicasim. Ahora tenemos que cambiar, incluso por parte de muchos establecimientos lo que es nuestro día a día para poder atender un público, que es más bien extranjero y que Benicasim no está acostumbrado a recibir. Es un público joven, es un público inglés, es un público de viaje de fin de curso, de antes de empezar la universidad y entonces, realmente aunque les enseñamos Benicasim, no hay en todos los años que lleva el Fib un retorno de este tipo de público a Benicasim, del que viene al festival. Es una pena, porque debería de aprovecharse eso como...” AV-B, 192

“hasta el momento el impacto para después hay dudas ¿no? Sí que se cree que gente que a lo mejor viene o que se ha adquirido algún apartamento o que luego está más tiempo, a lo mejor alarga un poco más su estancia, pero gente que viene al Fib y luego a lo mejor viene dos semanas fuera de Fib por ahora no.” AIV-B, 98



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

## **Rototom Sunsplash**

### **Historia:**

Quince años más tarde de la primera edición del Festival Internacional de Benicasim, avalado por el éxito durante sus 15 años de trayectoria, Benicasim trae a la costa castellonense el Rototom Sunsplash, el Festival de Reggae y de Cultura Rasta más grande de Europa. Con una duración de ocho días, el festival se realizaría por primera vez fuera de Italia, en el año 2010, siendo esta la decimoséptima edición del evento. Benicasim atrae desde ese momento el espíritu que conlleva el festival y la fama que lo acompaña en sus diecisiete ediciones anteriores a su organización en Benicasim, apostando por un macro evento de fama internacional.

La segunda edición del festival, en el año 2011 contó con 230.000 asistentes<sup>64</sup>, lo que suponía un 30% más de visitantes que en la primera edición del evento en Benicasim.

En 1991, nacía la Asociación Cultural Rototom, que con la inauguración de la Discoteca Rototom, ponía en marcha un primer proyecto de música y cultura alternativa, que más adelante, concretamente en el año 1994 daría lugar al festival Rototom Sunsplash. Se inició así un proyecto dirigido a un público particular y centrado en una música minoritaria que no se pensaba que pudiera llegar a alcanzar tales dimensiones, llegando a considerarse en la actualidad como uno de los festivales más grandes del mundo.

La discoteca, situada en Gaio di Spilimbergo, en la provincia italiana de Pordenone, se convierte en poco tiempo en lugar de referencia para la música en vivo y la cultura alternativa italiana, dando lugar en 1994 a un primer festival de pequeñas dimensiones, realizado en los jardines que rodean la propia discoteca.

Durante los 9 años que permaneció abierta la Discoteca, ofreció música en vivo de los géneros reggae, música africana, punk, del rock, rap, música italiana y rock, con propuestas vanguardistas e innovadores.

---

<sup>64</sup> <http://www.rototomsunsplash.com/es/news-sp-1910600533/376-festival-2013/rototom/3525-rototom-cierra-su-20-edicion-marcando-un-record-historico-de-240-000-asistentes-en-8-dias#sthash.x58bDi4S.dpuf>

Tras esa primera edición del festival en 1994, nadie se esperaba la magnitud que años más tarde tendría el festival. Rototom Sunsplash, dirigido a un público tan particular, es un colectivo que conjuga la muisca en vivo, el empeño social y los contenidos culturales. El secreto de su éxito no solo está en el interés por la música reggae sino algo que va más allá de los gustos musicales, representando un estilo de vida que busca la paz, la tolerancia, el respeto, la solidaridad, la hermandad y la no-violencia. En estos aspectos sociales, es en donde muchos coinciden que se encuentran las claves del éxito del "fenómeno Sunsplash", como algo más que un simple encuentro musical.

Combina la programación musical con numerosas actividades lúdicas y culturales dirigidas a un público de todas las edades. Según la organización, es en este aspecto social donde se encuentra la verdadera razón de la explosión del "fenómeno Sunsplash". Una particularidad que diferencia al Rototom Sunsplash de otros festivales es que tiene actividades durante todo el día.

Tras 16 ediciones el festival se traslada a Benicasim, donde según el organizador fueron mucho mejor recibidos de lo que lo fueron en su país de origen.

"aquí han encontrado un gobierno que indiferentemente que sea de izquierdas o derechas, son gobiernos muy pragmáticos, que para salir de crisis entiende que los eventos pueden ayudar mucho. Y, de un lado no comporta muchos problemas, ni de orden público, ni de otro estilo. Y, de contra, trae mucho turismo y fomenta la economía. Así que, de forma muy inteligente, aquí en España, dejan la posibilidad a promotores de hacer los festivales, y hacerlo bien, y crecer cada año. Italia es exactamente al revés. Italia es cada año más difícil. La política de Berlusconi criminalizaba mucho el encuentro de jóvenes." AIII-B, 57

Según la información presentada en el año 2013 en los informes proporcionados por la organización del festival a la Concejalía de Festivales del Ayuntamiento de Benicasim, desde que naciera en 1994, cerca de dos millones de personas de 130 países diferentes han asistido al festival en sus 19 ediciones. Según sus cifras de 2012, cuenta con 40 personas de personal en el equipo y 2.000 trabajadores. Tienen un 96% de autofinanciación. Han tenido actuaciones de 15.000 artistas de 120 países de Latinoamérica, Europa, África, Norteamérica y Asia.



### **El festival cuenta con diferentes espacios:**

**Main Stage:** El Escenario Principal (desde 1994), acoge a las grandes estrellas de la escena internacional, a los campeones europeos y los ganadores del Reggae Contes, (concurso organizado por el festival para bandas noveles de reggae). Y durante los cambios entre una banda y la otra, diferentes DJs.

**Dance Hall:**( desde 2000) Área del festival que más se inspira en las tendencias musicales jamaicanas. Los shows comienzan cuando terminan los conciertos en el Main Stage y duran hasta las 6 de la mañana.

**Dub Station:** (desde 2010), espacio dedicado a la cultura sound system de matriz inglesa<sup>65</sup>. En este espacio se unen artistas de antes y ahora.

**Ska Club:** (desde 2010), espacio dedicado a los sonidos fundamentales de la música jamaicana.

**Showcase:** (desde 2000) área de conciertos que acoge artistas reggae emergentes de todo el mundo.

**Free Yard:** (desde 2000) espacio para los singjays<sup>66</sup>, sound y selectores (pinchadiscos).

### **Áreas temáticas**

**No Profit:** (desde 1998), área destinada a organizaciones y asociaciones comprometidas a favor de la paz, de los derechos humanos y civiles, la solidaridad social, el comercio justo, la cultura libertaria, el antiprohibicionismo, la no violencia, la espiritualidad, la cultura reggae y rastafari y de la tutela del ambiente y del desarrollo sostenible. Entre ellas, se encuentran destacan Greenpeace, Acción contra el hambre o Movimiento contra la intolerancia.

---

<sup>65</sup> El concepto de *sound system* empezó a escucharse en la década de los cincuenta en Kingston, Jamaica. Los DJs cargaban camiones con generador, grandes altavoces y equipos de música para hacer fiestas en plena calle. La cultura sound system está considerada como uno de los elementos cruciales en el desarrollo de la música jamaicana moderna, y fue de gran importancia para el surgimiento de estilos como ska, rocksteady, reggae y dub. En la época en que muchos jamaicanos emigraron al Reino Unido, llevaron consigo ésta cultura, que quedaría instalada en las islas británicas desde los años setenta. Barrow, Steve; Paul Dalton (1997). *Reggae: The Rough Guide*. London: The Rough Guides. ISBN 1-84353-329-4.

<sup>66</sup> Singjaying es una forma de canto vocal jamaicana típica del reggae que combina el toasting (combinar la voz o el canto con algún ritmo) con el canto.  
<http://worldmusic.about.com/od/reggaeandskaglossary/g/Toasting.htm>

Vivir la Energía: (desde 2001), área dedicada al bienestar donde se ofrecen masajes, meditación, yoga, tai-chi, risoterapia y seminarios.

African Village: (desde 1998), área destinada al conocimiento de la cultura africana, donde se ofrecen cursos de cocina, danza, percusión y conferencias sobre la historia y cultura africanas.

Rototom Circus: (desde 2011), este espacio es dedicado a la difusión todo lo relacionado con el circo contemporáneo y de calle.

Magicomundo: (desde 1999), área dedicada a los niños y las familias que promueve la educación libre y alternativa. En este espacio se realizan talleres, cursos y actividades.

Simposio de pintura y creación de esculturas: espacio dedicado a estas actividades artísticas.

Sunbeach: (desde 2010), el festival ofrece música y actividades a lo largo del día en la zona de playa.

Harmony Beach: (desde 2012) se ofrecen actividades relacionadas con la salud de cuerpo, mente y alma.

El festival también cuenta con camping, bares y restaurantes abiertos las 24 horas, puntos de información y mercadillo.

Reggae University: (desde 2007) programación de charlas y encuentros en la que periodistas, escritores, académicos y artistas del mundo reggae, se reúnen para conversar, discutir y analizar aspectos y momentos importantes de la música y la cultura reggae.

La fama del FIB y el largo recorrido de Benicasim como localidad de acogida de tan gran festival incentivó a los originadores del Rototom a llevar su creciente festival a las mismas instalaciones donde tenía lugar el FIB.

“Conocían que se hacia otro festival como era el Fib y fue eso lo que les incentivo (...) están contentos con España, porque además, de hecho en la vida creo que se habrían planteado el gran público que tienen ahora, o sea, el numeroso público que tiene ahora, antes no tenían tanto (...) sino hubiera habido Fib, Rototom no hubiera podido venir, porque las instalaciones y la preparación que tiene Benicasim es gracias a que existía el Fib.” AIV-B, 99

Según la página oficial del festival Rototom Sunsplash, la edición de 2013 fue la más exitosa de su historia, con 240.000 asistentes durante los ocho días de duración del festival, lo que supone una media de 30.000 asistentes diarios. El director del festival, Filippo Giunta<sup>67</sup> apunta: “La valoración final es muy positiva. Hemos superado todos nuestros números históricos de asistentes. Números que no son habituales del reggae, lo que demuestra que el Rototom Sunsplash es un punto de encuentro mundial en el que gente de todas partes quiere encontrarse y sentirse bien y tranquila. Y lo mejor es que se ha crecido manteniendo la misma atmósfera, con ambiente familiar y relajado, con espacio para todos”.

“El Rototom es un público más familiar, gente de treinta, de cuarenta, también hay gente joven, pero es un público de otra manera.” AIV-B, 93

El vicepresidente de Turismo de Castellón, Andrés Martínez, afirmaba durante la presentación de festival, que éste ha sabido posicionarse como un referente europeo de la música reggae, colocando a Benicasim como capital del movimiento por unos días.

“Rototom tiene... pues también su público, es muy conocido, está muy bien posicionado (...) Se conoce menos, pero en su sector, en su segmento de mercado sí que está muy bien posicionado, muy bien, muy bien.” AIV-C, 120

“Rototom, estamos hablando que durante cada día pueden haber, pues 17, 16, 18 en fin de semana ¿vale?, lo que pasa que eso lo multiplicas por diez días y son 160, 180.” AIV-B, 94

En su segunda edición celebrada en España y decimonovena desde que el evento naciera, el festival registró un 30% más de asistencia que el año anterior, con más de 230.000 personas. Además, la larga duración del festival facilita que los asistentes al mismo realicen más actividades turísticas en la localidad.

---

<sup>67</sup> Rototom cierra su 20ª edición marcando un récord histórico de 240.000 asistentes en 8 días: <http://www.rototomsunplash.com/es/news-sp-1910600533/376-festival-2013/rototom/3525-rototom-cierra-su-20-edicion-marcando-un-record-historico-de-240-000-asistentes-en-8-dias>

“es un festival muy largo, que dura ocho días. Así que, la gente se lo toma como unas vacaciones, no solo viene a disfrutar de un concierto, si no, a pasarse 10 días o 15 días a lo mejor, en un sitio de playa, de vacaciones. Y, eso comporta un gasto por el público mucho más alto que no la gente que viene, escucha un concierto, y ya se va.” AIII-B, 55

En cuanto al público asistente al festival Rototom, mayoritariamente es extranjero, siendo el festival que reúne entre sus asistentes más nacionalidades diferentes.

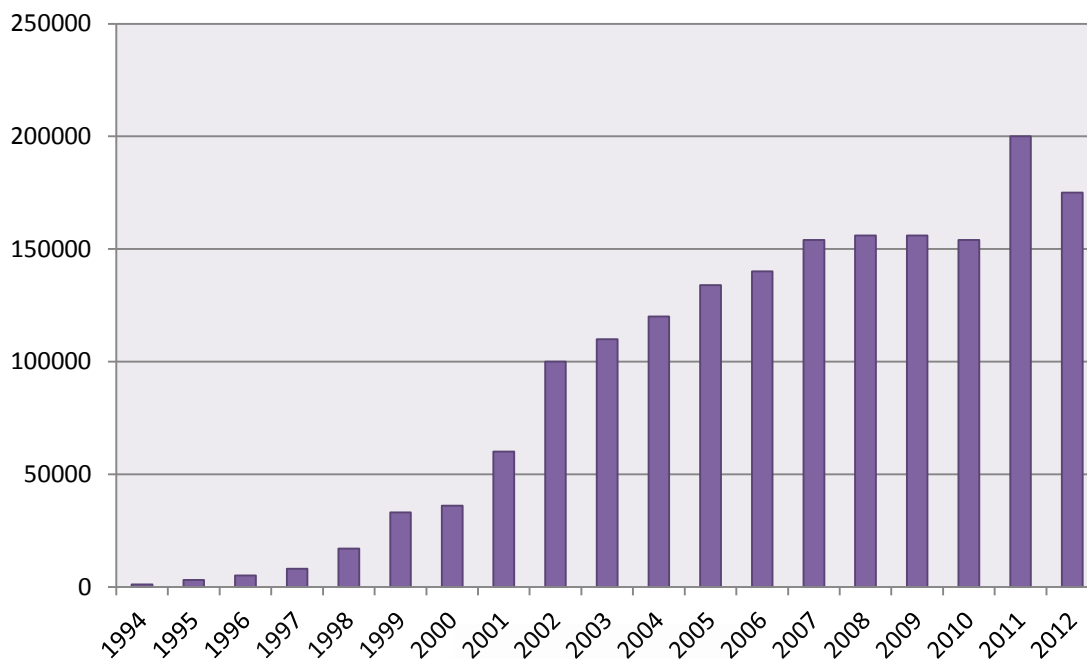
“la mayoría del público de nuestro festival es extranjero (...) Entonces, en la preventa, hasta el año pasado casi el 70% de nuestro público es de fuera de la Comunidad Valenciana.” AIII-B, 55

“El público viene de todas las partes del mundo, son 108 países diferentes de procedencia de nuestra gente. Y esto es algo muy específico nuestro, porque yo he ido a festivales en Alemania y son alemanes, he ido a festivales... O sea, en Viña Rock, en España, son españoles (...) este en particular, es un festival que es multiétnico e internacional. No solo porque las bandas que tocan son de muchos países, sino que el público es de todo el mundo. Esta es una cosa muy característica nuestra.” AIII-B, 57

Desde que naciera en el año 1994, el público asistente al festival ha ido creciendo según las siguientes cifras que se muestran en la figura 26, tomadas hasta el año 2012:

Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

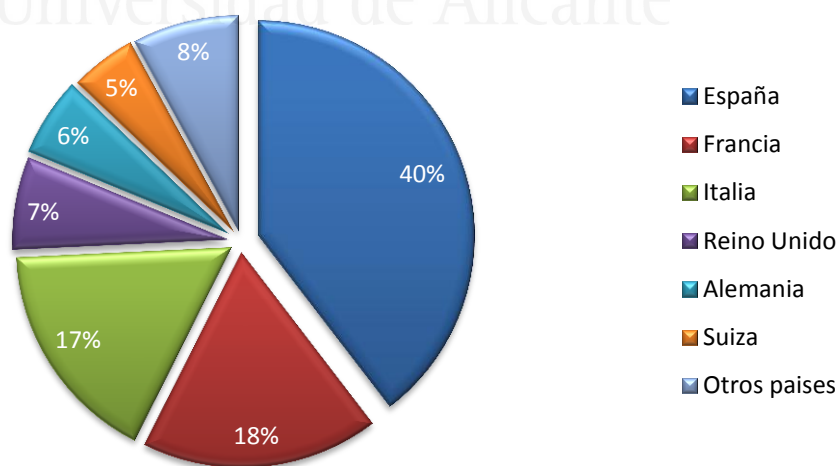
**FIGURA 26: ASISTENTES AL ROTOTOM DE 1994 A 2012**



Elaboración propia. FUENTE: Informe Rototom 2013. Concejalía de Festivales de Benicassim

En la figura 27 podemos observar las diferentes procedencias del público asistente al festival Rototom:

**FIGURA 27: PROCEDENCIA DEL PÚBLICO AL ROTOTOM**



Elaboración propia. FUENTE: Informe Rototom 2013. Concejalía de Festivales de Benicassim

Las cifras de venta de entradas 2012 del Rototom marcan un 40% de asistentes de procedencia española frente a un 60% de público extranjero, mayoritariamente francés e italiano, suponiendo estos dos grupos un 35% del total de asistencia. El festival, con su gran porcentaje de público extranjero y su larga duración hace que mucha gente de diversas procedencias conozcan la localidad, impulsando una imagen turística del territorio que de otra manera no hubieran conocido.

“Mucha gente está conociendo Benicasim gracias al festival. Así que, también, si no viene al festival, si no participa en este evento, pero al final se queda con este nombre en la cabeza y las ganas de venir a disfrutar de unas vacaciones aquí, en España (...) Al venir al festival. Y yo, personalmente conozco muchos italianos por ejemplo, que cuando han venido después de la primera vez, en el 2010. Le ha gustado mucho el entorno, la localidad turística, y ahora vienen regularmente a parte.” AIII-B, 55

La organización del festival ensalza como algo muy positivo para los impactos económicos el que la asistencia al festival tenga un alto porcentaje de turismo extranjero.

“Si vienen 20.000 personas de Castellón, yo creo que deja mucho menos que 10.000 personas que vienen de Inglaterra o de Italia, porque claro, que un extranjero aquí... se compra souvenir, está muy curioso con... quiere experimentar la paella, quiere experimentar cosas nuevas.” AIII-B, 59

“Yo puedo decir que un extranjero, más o menos gasta 100 euros por día. Y, haciendo un cálculo, así vienen millones de euros.” AIII-B, 60

En cuanto a que el evento facilite la construcción de una marca identitaria para el territorio. En este caso Benicasim ya estaba muy marcado por la marca FIB Y El Rototom ha servido para afianzar esa marca “Benicasim Ciudad de Festivales”

“Benicasim, ahora es conocido prácticamente en todo el mundo gracias a los festivales, ya con el Fib, pero el Rototom es un festival muy, muy fuerte también, lleva también de asistentes un volumen parecido, alrededor de los 200.000 asistentes también. Claro, entonces sí que en ese sentido la marca de Benicasim se ha reforzado muchísimo, de hecho Benicasim tiene su marca patentada de Benicasim Ciudad de Festivales.” AII-C, 18

“Sí, seguro. No solo el Rototom. Ya, el hecho de que está también el Fib, le da esta connotación de un pueblo, con esta connotación turística, con turismo cultural, o musical, como... Yo creo que si este pueblo se especializa en esto, puede ser conocido en todo el mundo como la localidad donde se hacen festivales (...) va a ser una marca muy atractiva para un turismo joven que quiere disfrutar no solo de playa y sol, sino también de actividades culturales, de contenidos que puede encontrar aquí. Por eso te digo que importante no es solo que en este pueblo se hace el Rototom, sino que tiene un recinto para festivales. Eso puede ser algo que da mucha fuerza a...” AIII-B, 56

Otro punto a tener en cuenta sobre el festival Rototom en cuanto al turismo que genera es que la gran mayoría de los entrevistados se refiere al festival como un evento diferente al resto de festivales que se realizan en la Comunidad Valenciana.

“es más fiel a su ideología, sí, a la filosofía con la que nació el festival.” AIV-C, 119

“El Rototom, digamos, tiene otra filosofía, de implicarse más en el tejido social, de colaborar más (...) es más constante y el personal involucrado, en su mayoría vive aquí, en Benicasim, que lo marcan todo y tiene un trasfondo ¿no? Algo digamos, biología si lo quieres llamar o una utopía ¿no? un mundo mejor o algo así. (...) tienen alma, por decirlo de alguna manera y un equipo muy involucrado con el festival, hay una filosofía de fondo, hay debate social. A parte, no es solo música, ¿vale?” AV-D, 205

Sin duda, el municipio de Benicasim, cuenta con una amplia trayectoria turística, como su historia nos indica, que ya desde finales del XIX atraía turistas a su costa. Si bien es cierto que su evolución ha ido posicionando la localidad, transmitiendo valores más allá que el turismo de sol y playa. El que un territorio pueda ser considerado como turístico, dependerá de gran medida de lo singular de sus recursos tangibles, (entendiendo como tal la materia prima) e intangibles (los vinculados a una marca, imagen turística e identidad territorial).

En el caso de localidades turísticas basadas en la fórmula sol y playa, se hacen necesarias las estrategias de marketing que eleven la imagen de su territorio frente a otros competidores. Estrategias que permitan a estos destinos situarse en el mercado, entre las cuales la organización de eventos, y en este caso de festivales de música de asistencia multitudinaria ocupan un lugar importante. De esta forma, Benicasim puede calificarse como destino turístico a nivel internacional, contando con los recursos y servicios

suficientes en calidad y cantidad para poder estructurar una oferta turística competitiva, diferenciada y con personalidad propia, gracias en gran parte a la celebración de estos dos eventos de fama internacional, que han posicionado a la localidad en el mercado turístico dentro y fuera de las fronteras nacionales.

De esta forma, la organización de dos grandes festivales internacionales en Benicasim, postulan a la localidad como especializada en turismo de festivales, representando la organización de los eventos una gran oportunidad para posicionarse alrededor de un mensaje, a través del cual potenciar el territorio con una marca que transmita determinados valores.

De este contexto, se deduce la idea de que el mensaje que transmite Benicasim con la organización de estos macro eventos transmite música, cultura, ocio juvenil y espacios alternativos haciendo más atractivo el destino para determinados sectores de población, tanto a nivel nacional como internacional.

### **Sociedad de Desarrollo Turístico de Benicasim (DBT)**

Los datos de turismo para la localidad de Benicasim muestran una fuerte estacionalidad que centraba un 80,1% de las pernoctaciones de 2009 entre los meses de abril y septiembre, lo que claramente representaba un dominio del producto sol y playa frente a otros. Los dos festivales FIB y Rototom, aunque desarrollados durante esta estacionalidad turística, representan una gran actividad económica y turística.

Para tratar todos los problemas que se encontraban entre la oferta y demanda, en el año 2009, se crea la Sociedad de Desarrollo Turístico de Benicasim, (DBT). Esta sociedad de gestión turística municipal de carácter mixto nace como un proyecto alternativo a la gestión turística pública tradicional, dando mayor importancia a la presencia de empresarios del sector turístico y utilizando capital público y privado para su financiación: un 60% del Ayuntamiento de Benicàssim y un 40% de la Asociación de Empresarios Turísticos de Benicàssim (AETB).



Esta sociedad, también colaboraría con el Ayuntamiento en la organización del Festival Europeo de Reggae Rototom Sunsplash (21-28 agosto 2010). La sociedad de Desarrollo Turístico de Benicàssim (DTB) y la Concejalía de Turismo han dado a conocer un estudio realizado el verano de 2010 en el que se evalúa el grado de satisfacción, en relación a su estancia en el municipio, de los asistentes al Festival Internacional de Benicàssim (FIB) y al Festival Europeo de Reggae Rototom Sunsplash.

El estudio, realizado por el grupo de trabajo destinado a conformar el futuro Observatorio Turístico de Benicàssim, revela que los asistentes al FIB puntúan su estancia en el municipio con un 8,4 de media, mientras que los asistentes al Rototom Sunsplash le dan una calificación de 7,3.

Entre los aspectos sobre los que se solicitó una valoración, hay una elevada puntuación que los asistentes dan a las playas de la localidad: un 8,5 en el caso de los asistentes al FIB y un 7,2 en el caso de los asistentes al Rototom Sunsplash. Otro aspecto en el que se midió el grado de satisfacción fue la seguridad, que obtuvo una media de 6,8 entre todos los encuestados.

La encuesta, fue realizada por la empresa de investigación de mercados R&MK, una "spin-off" o extensión de la Universitat Jaume I, configurándose como el segundo trabajo realizado de estas características, ya que el mismo verano de 2010, también se realizó un estudio más amplio sobre la satisfacción de los turistas con la oferta y los servicios ofrecidos por Benicasim durante la temporada estival. En ese primer estudio, los turistas puntuaban con un 7,91 de media su estancia en la localidad, y destacaban entre los aspectos mejor valorados la hospitalidad y el trato, la seguridad ciudadana, la oferta de actividades culturales y espectáculos y la conservación del entorno.

El entonces alcalde de Benicasim, Francesc Colomer, declaraba, "hemos apostado por identificarnos con la cultura y la música para ligarlas a nuestra oferta turística y hemos conseguido conformar un modelo de ciudad diferente, turística, cosmopolita y abierta.

Hoy podemos decir que somos una ciudad de festivales, porque somos el FIB, el Rototom Sunsplash, el Certamen de Guitarra Francisco Tárrega, la Ópera, Música sacra, Habaneras (...) Benicàssim tiene una gran oferta de festivales y de cultura que se complementa con las mejores playas de este rincón del litoral mediterráneo, y todo ello ha sido valorado por las decenas de miles de personas de todo el mundo que han asistido a estos dos importantes eventos".

Finalmente, en febrero de 2013 se aprueba la disolución, liquidación y extinción de la Sociedad Desarrollo Turístico Benicàssim (DTB), quedando como encargado de la promoción turística de localidad el Ayuntamiento, a través del Consejo Sectorial de Turismo, cuyos estatutos fueron aprobados el mes de marzo de 2013. Este ente se encargará a partir de ese momento de dar participación a los diferentes sectores económicos y sociales del municipio relacionados con el turismo. Actuará en la promoción y la comercialización de la marca turística del municipio, así como en los planes de marketing.

En la exposición de motivos de los estatutos del Consejo Sectorial de Turismo, *Derogación del estatuto regulador del consejo del foro de turismo y aprobación del nuevo estatuto del consejo sectorial de turismo*<sup>68</sup>, se expone que la Sociedad de Desarrollo Turístico de Benicasim, (DBT), formada como una empresa mixta integrada por el Ayuntamiento y como socio minoritario una asociación local de empresarios para gestionar la promoción del turismo de la localidad, no obtuvo los resultados esperados.

Este tipo de sociedades mixtas en el ámbito local desaparecen en la reforma de la Ley de Régimen Local, y por otro lado se simplifica la promoción del turismo con la gestión directa por los servicios municipales, dando cumplimiento a la participación por los sectores económicos y sociales de la localidad en la promoción del turismo.

Según el artículo 1º de los estatutos, el Consejo Sectorial de Turismo, se constituye como órgano colegiado para la participación, estudio y debate de todos los asuntos relacionados con la actividad turística del municipio. Las principales funciones del Consejo son

---

<sup>68</sup> Derogación del estatuto regulador del consejo del foro de turismo y aprobación del nuevo estatuto del consejo sectorial de turismo: <http://legislacion.derecho.com/anuncio-24-agosto-2013-benicasim-benicassim-5164640>

asesorar y participar en temas de promoción turística de Benicasim de acuerdo con las competencias que al Ayuntamiento otorga la normativa vigente.

El principal objetivo de la nueva entidad es conseguir un buen posicionamiento turístico de Benicàssim. En cuanto a los componentes que conforman, están la alcaldesa, Susana Marqués como presidenta del consejo y, además de miembros de la corporación municipal, representantes del turismo residencial, de aventura, de salud, de congresos, representantes de apartamentos, campings, restaurantes, comercios, hoteles, del Dessert de les Palmes, y dos representantes de festivales, entre otros.



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

### **5.2.2 El caso de Burriana**

Burriana, municipio situado al sureste de la provincia de Castellón, en la Comunidad Valenciana, a diferencia de los casos de Benicasim y Benidorm, no cuenta con una economía basada en el turismo. Se trata de un municipio con unos 35.000 habitantes, (INE 2012), con una economía basada principalmente en la agricultura, cuya industria principal es la dedicada a la manipulación y transformación de cítricos. También existe en el municipio una parcela de la actividad económica basada en el turismo, en la que el festival Arenal Sound que viene celebrándose desde año 2010 adquiere una posición muy relevante.

“nosotros notamos un incremento muy importante, (...) mucha gente alquila apartamentos, entonces aprovecha y los alquilan una quincena ¿vale? Entonces, durante ese proceso que dura el festival, sí que notamos un pico muy importante. Ten en cuenta que Arenal Sound tiene una media de 60.000 personas diarias y eso para un municipio como el de Burriana, que es un municipio que tiene 34.000 habitantes, pues es un incremento muy, muy, muy sustancial.” AIV-D, 127

“lo que más lo nota es el sector de la hostelería ¿no? De bares, entonces, pues claro realmente estos señores, pues... Yo hablé el año pasado con un par de la zona de Tarancón, que está en la zona del puerto, la zona sur de Burriana, y realmente, pues me comentó de un 20, 25% que había aumentado sus ventas.” AV-E, 212

“Las claves del éxito son varias: localización (playa), precio, cartel y camping. Más que un festival, Arenal Sound se convierte en una experiencia donde miles de personas conviven durante 6 intensas jornadas al lado del mar.” AIII-C, 63

Arenal Sound Festival, con solo cuatro ediciones desde que se estrenara en la escena musical festivalera española, se trata de un festival que ha logrado batir records, situándose como uno de los más populares, competitivos y multitudinarios mega eventos que se realizan en España.

“Pues, absolutamente positiva. Que durante esa semana o esos 15 días en... el municipio, la verdad es que da un vuelco, se generan muchísimos puestos de trabajo, el impacto económico es muy, muy, muy importante y después, ya te digo que a nivel de imagen afortunadamente, como el festival se ha ido consolidando como uno de los mejores festivales de la comunidad valenciana. Pues, nos aporta una imagen más que positiva a nuestro municipio.” AIV-D, 129

“De 35.000 o 36.000 habitantes que somos en Burriana a 60.000 que son los que aterrizan en el Arenal, más la gente que viene de fuera. Pues, Burriana diría que está cuatro veces más o cinco veces más de los habitantes que tiene. Eso es bueno siempre para el comercio y para Burriana”. AV-E, 213

La primera edición, celebrada en agosto del 2010, cerró con alrededor de 10.000 asistentes, llegando a unas cifras de 60.000 asistentes diarios para su última edición de 2013. Dirigido principalmente a un público joven, el festival combina la atracción que proporcionan los precios bajos para un evento de estas características con el ocio, la diversión y la playa. Se trata de un festival de música independiente, en el que tienen cabida la música indie, pop, electrónica y mestizaje. Tiene lugar en la playa El Arenal de Burriana la primera semana de agosto y se ha convertido en un referente de la escena festivalera española.

“45.000 personas, al final el Arenal es que ha creado un monstruo, un mega monstruo”.  
Gd1, 383

El 27 de julio del año 2010, daría comienzo la primera edición del festival con un cartel musical no demasiado definido en el que se juntaban The Cranberries, Lori Meyers o Armin Van Buuren. Su segunda edición acogería a 40.000 visitantes diarios, pasando un año más tarde, en el 2012 a 54.000 y llegando a sumar 60.000 para la edición del 2013.

En cuanto a la procedencia del público<sup>69</sup>, el público nacional representa un 90% de los asistentes, principalmente de la Comunitat Valenciana, Madrid y Barcelona, mientras que del 10% del público extranjero, un 5% viene de Inglaterra.

---

<sup>69</sup> [http://www.elperiodicomediterraneo.com/m/noticias/temadia/multitudinario-arenal-sound-dejara-mas-30-millones-euros-castellon\\_887715.html](http://www.elperiodicomediterraneo.com/m/noticias/temadia/multitudinario-arenal-sound-dejara-mas-30-millones-euros-castellon_887715.html)

La empresa I Music Festival, que se encarga de la organización del Arenal Sound, comparte esta actividad con la gestión y explotación de parques eólicos, entre otros negocios. Tras el éxito obtenido con la organización del Arenal Sound, la empresa decidió acoger la organización del festival Viña Rock.

La fórmula del éxito parece tener mucho que ver con el turismo masivo que empezara en la década de los sesenta, con la promesa de sol, playa y diversión a precios muy económicos. En este caso, se modifica la fórmula acercándola más a la demanda de los tiempos actuales, en los que el turismo de festivales adquiere cada vez más relevancia.

De esta forma, la oferta de música en vivo durante varios días, playa, sol, diversión y precios bajos se convierten en una fórmula del todo exitosa que atrae de forma masiva un turismo que de otra manera no hubiera acudido a esta localidad.

“lo bueno que tiene Arenal Sound es que es uno de los... uno, por no decirte el único festival que se realiza en la provincia de Castellón, que realmente tiene impacto turístico en toda la provincia, debido a que Burriana, pues no tiene plazas hoteleras, porque tiene simplemente 300 y poquito plazas hoteleras. Esto hace que la gente necesite de municipios de alrededor para poder logarse, entonces se crea una sinergia muy grande entre todos los municipios de alrededor.” AIV-D, 127

“por ejemplo el de Burriana, de forma desmesurada ¿no? Porque es una ciudad que no tiene... a diferencia de Benicasim, e incluso de Benidorm ¿no? No tiene ninguna infraestructura marcada para tener estos picos de... estos picos, durante esta temporalidad. Entonces, bueno, incluso esto puede llegar a ser contraproducente.” AVI-B, 252

“Es que el problema del fenómeno del Arenal, es que ha sido una explosión brutal de la nada. (...) Es decir, que se ha convertido en un festival de... Que han pedido este año para 45.000 personas, el acceso. (...) de un año a otro paso de 10.000 a 25.000, y de 25.000, ahora estamos en 45.000. Que es una locura, y no da tiempo...” GD-1, 339

Son precios realmente competitivos los que ofrece el festival Arenal Sound, con un coste de salida de 35 euros por el abono completo, llegando a unos 90 euros los últimos días de venta. De esta forma, el festival busca la asistencia de un público mayoritariamente español y veinteañero que busca unas vacaciones baratas, atraídos por la música y la playa.

La lejanía de los terrenos donde tiene lugar el festival con el pueblo de Burriana no facilita el consumo de los asistentes fuera del festival aunque los comerciantes sí que apuntan a un mayor consumo aun con ese inconveniente.

“como grandes superficies que hay, de supermercados y esto, lo notan más. Nosotros, el tener tiendas en Burriana, que ya te digo, está a kilómetro y medio. También, bajan algo, no tanto, pero todo es positivo. Todo se incrementa, y los mismos que ganan dinero en hostelería, pues luego se pueden gastar también aquí en Burriana, lo que es el pueblo.”  
AVE, 213

En cuanto al alojamiento mayoritario de los asistentes resaltan que se centra principalmente en las zonas de acampada y los alquileres de viviendas.

“Claro, en el caso de Burriana, todos... bueno, la gran mayoría en zona de acampada, y luego en alquiler, en alquiler de vivienda. Que sí que es cierto que se generan ingresos, porque la gente aprovecha para subir costes ¿de acuerdo? durante esta semana. Pero bueno, también depende de... En otros festivales, por ejemplo, se puede tirar más por lo que es más acampada y no tanto residencial o alquiler residencial, pero la gran mayoría si se queda en zona de acampada.” AVI-B, 253

La organización del festival y el alcalde<sup>70</sup>, sostienen que la idea de proponer Burriana para la realización de un macro evento de estas características tenía el objetivo de llamar la atención de inversores que planeen desarrollos en este enclave de primera línea de playa.

---

<sup>70</sup> Burriana: rock para las masas en biquini:  
[http://cultura.elpais.com/cultura/2013/08/02/actualidad/1375465893\\_330403.html](http://cultura.elpais.com/cultura/2013/08/02/actualidad/1375465893_330403.html)

La administración se refiere a las aportaciones que recibía el festival por parte del Ayuntamiento como prácticamente inexistentes, ocupándose en la actualidad tan solo de los gastos que puedan suponer en policía, limpieza y demás recursos que se tengan que ampliar y lo define como un evento más que rentable para el municipio.

“Pues, prácticamente cero, prácticamente cero. Los primeros años sí que hubo un convenio de promoción turística, etcétera, en la que se llegó a pagar, pues bueno, una cantidad que tampoco es excesiva. Eran unos 30.000 euros, y sin embargo ahora, los únicos costes que tiene el ayuntamiento en cuanto al festival, son costes que tampoco les puede repercutir a ellos, porque son del incremento de obras que tienes que hacer por la policía local.” AIV-D, 131

“pues el tener de repente a más del doble de la gente que vive en tu municipio, pues esas cosas conllevan... pues limpieza, seguridad, pues... imagínate ¿no? Imagínate, entonces claro, cada vez más los costes para el ayuntamiento son menores. Cada vez más la empresa, como el evento se ha consolidado, va teniendo mayores ingresos, entonces a ellos les resulta hasta conveniente poder ir supliendo todos esos costes, que en las primeras ediciones sí que soportó el ayuntamiento, pero que ahora nosotros les estamos rebotando a ellos. Por lo tanto, si continuamos por el mismo camino, es más que rentable el Arenal Sound para el municipio.” AIV-D, 130

Según las declaraciones del director del festival, David Sánchez, el alcalde, José Ramón Calpe, y la edil de Festival, Ana Montagut<sup>71</sup>, en su cuarto año de vida, el evento se ha convertido en "un festival de referencia", el más multitudinario dentro del panorama musical español. Sánchez destaca que el festival "ha crecido en infraestructura, organización, calidad y servicios (...) En solo cuatro años, es un festival referente en el panorama musical, y en número de asistentes". Por su parte Calpe resalta el trabajo de la organización. "Hace cuatro años nos propusieron un reto que asumimos, pero nos dio vértigo, y nos lo sigue dando cada año."

---

<sup>71</sup> <http://www.levante-emv.com/cultura/2013/08/05/arenal-sound-consolida-mayor-festival/1022206.html>



El éxito del festival se ve consolidado al comprobar las ventas para el año 2014, en la que será su quinta edición, vendió en las primeras 24 horas, con solo un 10% del cartel confirmado, la cifra de 26.000 abonos.

Respecto a la marca identitaria para el territorio que genera el festival, los entrevistados coinciden situándolo como una pieza clave:

“Cada año, pues se piensa más en Burriana, ya que de los cuatro o cinco eventos, festivales que hay en verano. Burriana, creo que ha superado con creces a los otros pueblos, incluso de Benicasim, Benidorm y las otras.” AV-E, 212

“ahora se está viendo. Burriana estaba totalmente invisibilizada y ahora todo el mundo, más o menos... o sea, poco a poco...” AVI-A, 243

“De hecho el festival nos ha posicionado en el mapa y hemos pasado de ser un municipio en el que tanto a nivel nacional, como a nivel internacional, ya saben dónde está Burriana.” AIV-D, 127

En cuanto a la imagen turística que pueda generar el festival:

“Impulsa una imagen turística, sí. (...) nosotros desde el ayuntamiento lo que tenemos claro, que Arenal Sound en este caso, este festival ha sido una oportunidad, una oportunidad para darnos a conocer, una oportunidad para posicionarnos en el mapa y una oportunidad de cara al futuro (...) a lo que aspiramos es que realmente Burriana vaya construyéndose turísticamente y vaya mucho más allá de un simple festival. Lo que queremos al final, es que se construyan hoteles, que esos hoteles generen puestos de trabajo y que activen la economía del municipio.” AIV-D, 128

“En la medida de lo posible, Arenal Sound intenta compartir con su público el atractivo de Burriana como punto turístico. La marca y presencia de Burriana en los medios se ha incrementado notablemente desde que nació el festival y eso genera un interés mayor por el turismo en la localidad.” AIII-C, 63

### **5.2.3 El caso de Benidorm**

Benidorm, ciudad turística por excelencia del mundo mediterráneo, celebró en el año 1993 el primer siglo de turismo en la ciudad, según el primer folleto turístico conocido en Benidorm. El folleto, publicado en 1893, anunciaba los "Baños de la Virgen del Sufragio" e incluía uno de los primeros "transfers" de la historia del turismo, llevado a cabo desde Alicante.

Las primeras referencias turísticas a la ciudad de Benidorm aparecerían en el s.XIX, en el libro de Christian August Fischer "Cuadro de Valencia" publicado en 1803 en alemán, y en el que se recomienda Benidorm como destino ideal para profundizar en el arte de la pesca del atún o la sardina.

En 1852, la Nueva Guía del Bañista en España de Don Aureliano Maestre de San Juan, destaca Benidorm como uno de los atractivos del litoral alicantino y en 1953 el Tratado de Fuentes Minerales de España nombra de nuevo a Benidorm por su atractivo turístico.

El año 1952, la Almadraba del Racó de l'Oix cesa definitivamente su actividad, perjudicando la economía de las familias dependientes de la pesca y en 1956 se pretende crear un plan urbanístico concebido para atraer el turismo a la ciudad de Benidorm.

El Plan General de 1956, fue impulsado por el Alcalde Pedro Zaragoza Orts y configuraba el trazado del Benidorm tal y como lo encontramos en la actualidad, con una concepción horizontal en la que comenzaron a construir edificios de apartamentos, chalés y hoteles.

El Alcalde Pedro Zaragoza Orts, contribuyó también en la ciudad de Benidorm con un gran plan de promoción turística a través del Festival de la Canción, llevando la imagen turística de Benidorm al resto del mundo.

"el Festival de la Canción fue una de las cosas que lanzó Benidorm (...) Ahora los festivales estos como Low, son más comunes entre sí, no destaca." AV-H, 233

El Festival de la Canción de Benidorm nació en el año 1959 contribuyendo de manera decisiva a la promoción y consolidación turística de Benidorm. La idea nace de los periodistas Juan Carlos Villacorta y Teodoro Delgado Pomata junto con el alcalde Pedro Zaragoza, quienes sentaron las bases del proyecto, convirtiéndolo en una nueva vía de difusión de la música española que acercaría, además, la imagen de la ciudad de Benidorm dentro y fuera de España.

El festival, patrocinado por el Ayuntamiento y con el apoyo la Red de Emisoras del Movimiento (REM), fue emitido dentro y fuera del territorio nacional, convirtiéndose en una oportunidad excepcional de dar a conocer la ciudad la Benidorm y llegando a situarse en pocos años en un referente musical. Tal fue el éxito del certamen que incluso se rodó la película "Festival de Benidorm", convirtiendo desde ese momento a la ciudad en el escenario cinematográfico para más de 300 películas.

Tras 20 años de trayectoria, el festival comienza a perder interés para el público, que va transformando sus gustos, dentro de una sociedad que se está enfrentando a muchos cambios, con nuevas formas de entender la música, el ocio, el entretenimiento y la diversión. Por todo esto, el festival deja de celebrarse los años 1979 y 1984, llegando a su fin, de manera temporal, en su 25ª edición, en 1985. A comienzos de la década de los noventa, el festival es de nuevo llevado a cabo, terminando finalmente en el año 2006 después de 39 ediciones en total.

Comparando la repercusión de los festivales, se coincide en que el festival de la canción tuvo una mayor transcendencia para el turismo y crear una marca para Benidorm, aunque su formato a día de hoy no tendría cabida.

"famoso en su día, que vinieron cantantes de primera, bueno, a nivel mundial, pues eso hoy en día no tiene cabida. No tienen cabida porque no supieron en su día ir con los tiempos."  
AIV-G, 149

"el Festival de la Canción de Benidorm fue conocido no solo a nivel nacional, sino mundialmente, internacionalmente y el Low Cost, ojala que lo sea. Pero creo que en este momento no está en el ranquin de ser conocido ni siquiera a nivel nacional." AIV-H, 161

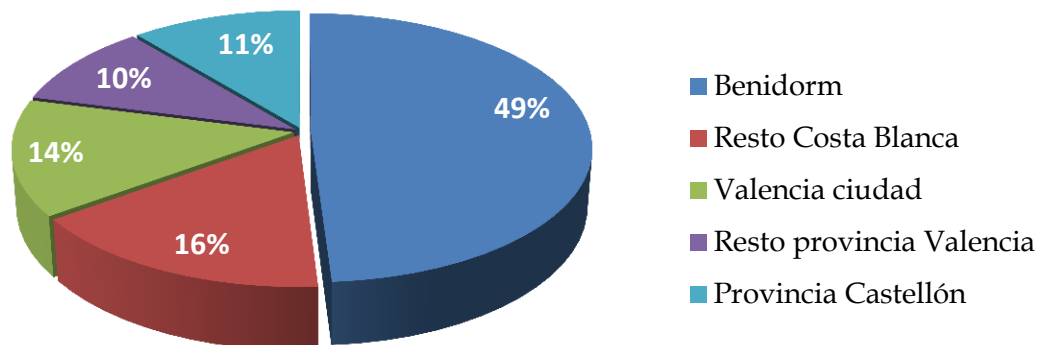
“El Festival de la Canción de Benidorm en su momento fue muy importante para esta promoción, porque absolutamente todo el mundo lo veía. Ahora, el Low Cost, pues no, entre otras cosas porque antes estaba el Festival de la Benidorm y poco más, ahora está el Low Cost y miles de festivales en temporada veraniega, entonces, bueno estamos adaptados a los tiempos, pero creo que el efecto es mucho menor que el que se produjo en los años pues 70 del Festival de Benidorm, vamos, indudablemente.” AV-F, 218

En la década de los sesenta, empiezan a trabajar los primeros Turoperadores británicos en Benidorm. El buen clima y los precios bajos invitan a desestacionalizar la actividad turística ofertando paquetes de vacaciones durante prácticamente todo el año a unos precios realmente competitivos. En la actualidad, el tándem sol y playa sigue siendo el principal producto que ofrece Benidorm, pero también es cierto que el desarrollo turístico de la ciudad ha ido apostando por la diversificación, ofreciendo diferentes productos, entre los cuales se pueden destacar parques temáticos, campos de golf, turismo de salud y belleza, deportes náuticos, turismo de congresos o los festivales musicales.

De esta manera, Benidorm acoge casi un 50% de pernoctaciones en la Comunidad Valenciana, según datos del año 2013. En la figura 28 vemos la distribución de las pernoctaciones hoteleras en la Comunidad Valenciana:

Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

**FIGURA 28: Distribución del mercado turístico de la Comunidad Valenciana. Pernoctaciones hoteleras. Octubre 2013**



Elaboración propia. Fuente: HOSBEC

Tras el éxito vivido durante dos décadas dentro de la misma Comunidad Valenciana, con el Festival Internacional de Benicasim, hace cinco años Benidorm decidió sumarse a la “fiebre festivalera” con el Low Cost Festival, apostando por un producto de tendencia dirigido a un público predominantemente joven. De esta forma, la constante adaptación y renovación de la oferta turística de la ciudad de Benidorm se ha ido adaptando a las nuevas exigencias de la demanda, consiguiendo así mantener su posicionamiento como destino turístico líder dentro del mercado nacional e internacional.

En cuanto a los efectos e impactos que genera el festival para Benidorm, claramente se sitúa como un evento importante en cuanto a ocupación y consumo, visto como una estrategia más dentro de la diversificación de oferta que ofrece la ciudad.

“Yo creo mucho en este tipo de cosas y ojala tuviéramos uno cada mes. No solo del Low, pero diferentes cosas, adaptadas a diferentes segmentos (...) Creo que es muy importante para un destino, para tener diferenciación y tener motivos de visitar. Si no vas renovando con cosas nuevas, pues luego la gente... pero hombre ha costado, el primer año no fue tan fácil, pero ahora sí que está en la rueda.” AV-H, 235

“a nivel de listas especializadas y generalistas, el festival Low Cost ocupa el quinto puesto en ranquin de festivales de este país.” AIV-E, 135

“en positivo, sobre todo la ocupación, que no solamente para la ciudad de Benidorm, sino para las localidades que están adyacentes a la ciudad de Benidorm, también se benefician de este tipo de festivales.” AIV-G, 148

“Yo creo que todos, absolutamente todos los eventos tienen influencia en lo que es la hostelería, en el incremento de la ocupación de las plazas hoteleras, no todos tienen el mismo, digamos efecto sobre lo que es el tema comercial. Nosotros consideramos que de todos y cada uno de los eventos que se hacen, que Low Cost es uno de los más beneficiosos, entre comillas, ¿no? por el tipo de gente que atrae.” AV-F, 217

“Son 25.000 que vienen a campings, que vienen a hoteles, que vienen a apartamentos, que vienen a la diversidad de ocupacional que tiene Benidorm y por supuesto, claro que incide en la ocupación en esas fechas, evidentemente. Incluso, la media de asistencia al festival no se centra en esos tres días. La media está en cinco a siete días, porque aprovechan lógicamente los tres días del festival y aprovechan también unos cuantos días de descanso.” AIV-E, 135

“quienes están manifestándose como que el Low Cost es un revulsivo para su ocupación, sobre todo son la asociación de campings.” AIV-H, 159

Aun tratándose de un evento multitudinario que ayuda a posicionar la ciudad en un nicho de mercado de gente joven, su impacto tanto en alojamientos como el hostelería en general no es tan relevante para el territorio por tratarse de una localidad tan turísticamente posicionada.

“No es relevante, porque en las fechas que se produce ya es una temporada alta y ya Benidorm tiene gran parte de su actividad turística cubierta, pero sí que es cierto que sobre todo para determinado público, no vendría a la ciudad de Benidorm de no ser porque se está celebrando el Low Cost. Si, si, indudablemente contribuye a incrementar el turismo (...) En ocupación hotelera, no es nada relevante, no es nada relevante. Es decir, podemos hablar que a lo mejor la ocupación del Low Cost supone un 1% del total de clientes alojados en hoteles.” AV-G, 223

“25.000 entradas se ponen a la venta. Benidorm, recibe al año casi dos millones y medio de turistas sobre 25.000, entonces por mucho consumo que hagan, por mucho tal durante tres días, de hecho durante esos tres días que están estos 25.000, de los cuales hay una parte que son locales, ojo que esos ya estaban aquí.” AV-G, 226

**Precisamente por la alta ocupación que ya tiene Benidorm en las fechas que se celebra el festival, la repercusión económica que tiene éste se reparte en las localidades que rodean Benidorm.**

“Sí, porque afecta, ya te digo, no solamente afecta a lo que es la ciudad de Benidorm en sí, sino a todas las localidades que hay adyacentes, alrededor, en el cinturón de la ciudad de Benidorm.” AIV-G, 151

“si el Festival Low Cost no se hace en ese momento puntual las plazas hoteleras estarían llenas igualmente.” AV-F, 220

“sí que detectaríamos una punta de ocupación, pero ese, que es el último fin de semana de julio, es una época de máxima actividad para nosotros, con lo cual, pues en un 1%.” AV-G, 227

“económicamente no solo repercute a la ciudad de Benidorm y a los alrededores, sino que internacionalmente. Como cada día se le da mayor repercusión a través de los medios de comunicación, pues nos visita más turismo extranjero, que es lo que necesitamos, porque el turismo nacional para la época nos viene muy bien, pero dada la circunstancia del país, económicamente como estamos, lo que queremos es que traigan divisas y este último año hemos batido records.” AIV-G, 152

**Sitúan los impactos económicos en alojamientos, restauración y publicidad para la ciudad.**

“Directos, porque publico nuevo que acude a la ciudad y por lo tanto son consumidores, no solamente del producto Low Cost, sino que además el formato del festival favorece actividades de alojamiento, actividades de oferta complementaria, de ocio, de consumo en restaurantes, bares, etcétera, y se nota además a pesar de que estamos en plena temporada alta de verano, se nota que durante esos tres días, pues hay todavía, una punta todavía de mayor consumo de comida, bebida y de todos los servicios.” AV-G, 225

“Hay que tener en cuenta que cuando vienen aquí, el gasto medio de estas personas incluye hotel, incluye comida, incluye bebida, incluye pasárselo bien, incluye, en fin, una serie de cosas que es un dinero que se dejan en el tejido empresarial de la ciudad.” AIV-E, 137

“los hoteles están al 100%, las plantillas están al 100% y ese propio festival que también genera puestos de trabajo, porque hay barras para vender bebidas, comida y todo en general. (...) ojala, y muchas ciudades quisieran tener lo que tenemos nosotros para copiarlo.” AIV-G, 157

Se valora en 2,5 millones el impacto económico que supone en publicidad para Benidorm:

“Y, el impacto económico que tiene sobre la ciudad, porque hay que recordar que esta es la valoración económica de la publicidad, en redes sociales, google, app oficial, blog, etcétera, se valora en dos millones quinientos mil y la incidencia económica en la ciudad es de nueve millones de euros.” 137

“unos impactos directos por la afluencia de la gente al festival, con la ocupación hotelera, la ocupación de restaurantes y bares. En ese aspecto hay un impacto directo. Pero, después también hay un impacto indirecto ¿no? de publicidad de la ciudad, de la repercusión en los medios. En fin, pienso que tiene unos impactos bastante grandes. AIV-F, 144

En cuanto a la duración de la estancia en Benidorm de los asistentes se sitúa entre 3 y 8 días y su procedencia es mayoritariamente nacional, principalmente de Madrid y la provincia de Alicante. La participación de público extranjero solo supondría un 9% de asistencia total.

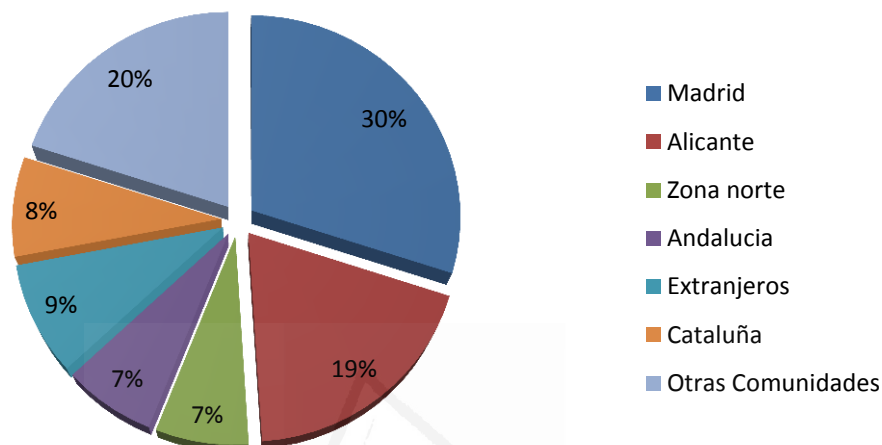
“el gasto en alojamiento, igual es lo más grande. Ahora, oferta complementaria, depende. Porque mucha gente se queda más tiempo, o sea, no solo están los días del festival, los que se quedan y se quedan una semana. Porque cada año, según los alojamientos, se quedan más tiempo. Entonces, pues eso tiene el efecto económico, pues en el gasto complementario de la ciudad.” AV-H, 236

“el 85% de los asistentes viene en grupos de entre tres y ocho personas, el 90% de los asistentes viene a Benidorm durante el festival entre tres y ocho días, lo que hemos hablado antes. El 65% de los asistentes se aloja en establecimientos hoteleros y los 72.000 generan 68.000 noches de hotel.” AIV-E, 137



A continuación, en la figura 29 se muestran las procedencias de los asistentes al Low Festival:

**FIGURA 29: PROCEDENCIAS DE LOS ASISTENTES AL LOW FESTIVAL**



Elaboración propia. FUENTE: Ayuntamiento de Benidorm

En relación a las aportaciones y subvenciones que recibe en la actualidad el festival por parte del Ayuntamiento, la Consejería de Turismo señala pequeñas aportaciones en promoción y la cesión de las infraestructuras para la celebración del festival, a parte de los servicios de limpieza, policía y demás que se tengan que incrementar. (AVH, 240). Inicialmente sí que se realizaba una aportación económica de 300.000 euros

“hacíamos una inversión de 300.000 euros en su momento, pero recuperabas en ese momento seis millones para la ciudad de Benidorm.” AIV-E, 138

“Benidorm está poniendo mucho de su parte para evitar que los promotores tengan costes, pero el coste sí que lo tiene la ciudad de Benidorm, es un coste muy elevado para un... es cierto que es un periodo muy corto de tiempo pero en ese periodo corto de tiempo se concentran muchos gastos que la ciudad de Benidorm soporta.” AV-F, 220

Mostrada la viabilidad del evento se deja de aportar la subvención económica.

“Como aspecto económico, hoy por hoy bien. Porque se han reducido muchísimo las aportaciones de la administración, que es el dinero de todos. Porque el festival ha demostrado una viabilidad sin necesidad de una tutela económica, aunque la tiene logística, etcétera.” AV-H, 168

“Creo que no se hacen ese tipo de estudios. Yo creo que la manera que tienen aquí de iniciar con un segmento o de empezar a trabajar un producto es; Nos interesa trabajar este producto, bueno pues durante una temporada vamos a intentar apoyarlo, en el momento en el que resulte rentable, se deja de apoyar ese producto porque ya está en marcha, ya está rodado. Ya por inercia va solo, ya resulta rentable, entonces a las empresas les interesa hacer este tipo de producto de eventos.” AIV-I, 174

A día de hoy, Benidorm es todo un referente en el mundo del turismo, siendo la ciudad en sí misma una marca reconocible a nivel nacional e internacional. De esta forma, la mayoría de los entrevistados coinciden en que el festival y la marca que pueda generar para la ciudad no es comparable a la marca Benidorm.

“Después de cinco años se refleja, lo que pasa es que la marca Benidorm en el mundo turístico y en el mundo económico tiene mucha fuerza, ¿eh? Mucho más que la marca Low Cost, es una marca que pesa mucho.” AV-G, 224

“es una marca muy blanca, que cabría en cualquier lugar. Podría ser el Low Cost Alicante, podría ser el Low Cost Altea, o el Low Cost Villajoyosa. Realmente, yo no sé si la marca Benidorm está pesando ahí mucho, ¿no?...El festival, no quiero hablar del festival de Benicasim, pero el festival de Benicasim es el Festival de Benicasim.” AIV-H, 160

El evento y la marca que genera sí que se sitúan en cambio como una manera de atraer a un determinado sector del mercado, en este caso el turismo más joven:

“Es difícil en una localidad como Benidorm crear una marca, porque Benidorm ya es marca en sí. Lo que sí que ayuda a identificar un cierto turismo para jóvenes.” AIV-G, 148

“A ver, Benidorm por sí ya es una marca diferenciada (...) ¿Qué se ha logrado con el festival? Con el festival se han logrado dos cosas: La primera, que Benidorm suene, digamos como una ciudad de música indie, es una capital de música indie, le llaman, Benidorm y luego también, evidentemente una marca de promoción turística, de promoción turística recuperando un turismo joven, el cual, pues lo teníamos un tanto olvidado.” AIV-E, 135

“yo creo que se podría profundizar mucho más, porque al final Benidorm, aparece más como sede de ese festival que no como la marca del propio festival.” AIV-H, 159

“Yo creo que la imagen global no la impulsa, pero si puntualmente y en un sector de gente predeterminado como puede, pues ser la gente joven en este caso, pero no creo que sea importante para construir la marca turística Benidorm.” AV-F, 218

“el festival vende marca Benidorm, en el sentido de que capta un público distinto al que últimamente está viniendo a Benidorm. (...) En ese sentido pienso que el festival está jugando un papel importante.” AIV-F, 143

De esta manera, se coincide en que la imagen turística que impulsa el evento ayuda a la atracción de un turismo joven. Impulsa una imagen diferente a la que generalmente se tenía de ciudad, más vista como sede de turismo familiar y de la tercera edad.

“Yo creo que ayuda a impulsar la imagen joven, pero ¿la imagen de Benidorm?, sí, contribuye.” AV-H, 232

“Sí, impulsa la imagen turística, estamos recuperando el turismo joven durante ese fin de semana y me imagino yo, que a raíz de que la gente llegue a Benidorm y conozca la ciudad de Benidorm, pues pueda optar a otras temporadas para visitarnos.” AIV-I, 172

“que vengan 25.000 personas cada día (...) pone de manifiesto que tienen un conocimiento de Benidorm, un conocimiento que tenían estereotipado. (...) Cuando viene aquí, el joven se da cuenta que Benidorm tiene un amplio catálogo de pasarlo bien, desde discotecas, pubs, playas...” AIV-E, 136

“hay un incremento evidentemente, no solamente durante los días en que se realiza el festival hay una afluencia de gente, sino que durante todo el año Benidorm, digamos que hay un efecto de publicidad de Benidorm a través de las páginas web y otros medios de comunicación, y evidentemente se asocia Benidorm a otro tipo de gente. Y eso, evidentemente es positivo.” AIV-F, 143

“Es un complemento más a lo que ya una ciudad turística como Benidorm (...) poder tener no solamente sol y playa.” AIV-G, 149

Si bien se coincide en que el festival impulsa esta imagen joven de la ciudad y hace que este sector del mercado conozca Benidorm y se deshagan de ideas estereotipadas, no se ve como un elemento de gran importancia dentro de la gran oferta turística de la ciudad, tanto por la corta duración del evento y por el carácter cerrado del evento.

“la imagen turística de un destino no puede depender de tres días de actividad musical al año, al menos no en el caso del Low Cost y con el de Benidorm.” AV-G, 224

“Conocen nuestra oferta complementaria en la medida que el festival le deje, porque luego uno de los debates es; los festivales pueden ser más o menos abiertos o más o menos cerrados. Una gran programación muy continua en el tiempo, quizá no permite que el visitante, el que viene a Benidorm para ir al Low Cost, no sé hasta qué punto luego se impregna de ciudad, se introduce en la ciudad.” AIV-H, 160

Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

## **5.3 ANÁLISIS IMPACTOS SOCIO-CULTURALES**

### **5.3.1 Introducción**

Los festivales de música se consolidan como un motor económico y turístico que atrae visitantes de manera masiva con el fin de vivir una experiencia efímera que representa una oportunidad única e irrepetible. Posicionados como generadores de turismo y ejes de desarrollo urbano y transformación del entorno, queda saber qué repercusiones sociales conllevan y si añaden algún valor cultural para las zonas donde tienen lugar.

En este apartado se analizan las repercusiones sociales y culturales que tienen estos cuatro eventos en las localidades donde se realizan. Diferenciamos entre:

**Repercusiones e impactos culturales:** Un evento cultural y en este caso un festival de música, por definición, aunque trate diferentes elementos tiene su foco principal puesto en la cultura. Los festivales son eventos donde poder ver manifestaciones artísticas que de otra manera no se podrían disfrutar en las localidades donde tienen lugar. En el caso de macro eventos musicales acercan a artistas de talla internacional que sin la existencia del festival no se tendría la oportunidad de traer a estas localidades. Devesa *et al*, (2012) los define como bienes culturales complejos donde las actuaciones no están aisladas, sino que forman parte de un proceso con un objetivo determinado y los sitúa como centros de transferencia cultural, donde se consume, reproduce y se produce cultura.

**Repercusiones e impactos sociales:** El estudio de los impactos sociales que se generan a consecuencia de los eventos turísticos es relativamente reciente. Barker *et al*, (2002) defiende la importancia de un mayor análisis de sus dimensiones sociales, físicas y ambientales. Devesa *et al*, (2012) alude al desarrollo social que pueden generar los festivales culturales, tanto desde un punto de vista personal (autoestima, confianza, creatividad) como desde una perspectiva general (creación de una atmósfera social agradable). Pueden favorecer el entendimiento y la tolerancia entre distintos grupos sociales (Hughes, 2006:240). Pueden generar beneficios sociales que están relacionados, en términos generales, con la mejora del bienestar de los ciudadanos, la cohesión social y

el desarrollo de valores cívicos. (Devesa *et al*, 2012). Evaluar las percepciones que se tienen en la localidad, tanto de los residentes como de los diferentes agentes que pueden intervenir en los festivales será esencial para el desarrollo turístico y la solución de los diversos problemas que puedan surgir. (Williams & Lawson, 2001).

Los impactos socio-culturales de cualquier tipo de evento son difícilmente cuantificables. En esta investigación se ha usado instrumentos cualitativos para dar respuestas a una serie de preguntas sobre los impactos y repercusiones que estos cuatro eventos tienen a nivel social y cultural para las zonas donde tienen lugar. Las entrevistas a los diferentes agentes que intervienen en el proceso de estos eventos, administraciones públicas, expertos, organizadores, asociaciones y empresas y prensa y los dos grupos de debate han dado respuesta a una serie de preguntas con el fin de clarificar las siguientes cuestiones socioculturales:

- ¿Qué repercusiones sociales conllevan para el territorio?
  - Positivas: generación de empleo, desarrollo social, mejora del bienestar de los ciudadanos, cohesión social, generador de identidad cultural...
  - Negativas: ruidos, molestias, suciedad, mayor gasto...
- ¿Cuál es la Percepción social acerca del festival?
- ¿Añade la organización del festival un Valor cultural para la ciudad?
- ¿Favorece la interacción social?
- ¿Actúan los festivales musicales en la actualidad más como un producto turístico, en comparación con otras décadas?
- ¿Qué motivaciones llevaban en décadas anteriores a asistir a un festival y que motivaciones llevan ahora?

### **5.3.2 ¿Qué repercusiones sociales conllevan para el territorio?**

“en combinación esos tres elementos: un mayor logro educativo de la población en general, mayores capacidades de producción y de creación musical y artística, y en tercer lugar el impacto de las nuevas tecnologías, eso... creo que la conjunción de esos tres factores ha sido clave para la explosión la emergencia de todos los festivales culturales y las apuestas de muchos Ayuntamientos para ello.” AVI-C, 266

En cuanto a las repercusiones e impactos sociales que generan estos cuatro festivales en las localidades donde se realizan, separamos entre beneficiosos y costes.

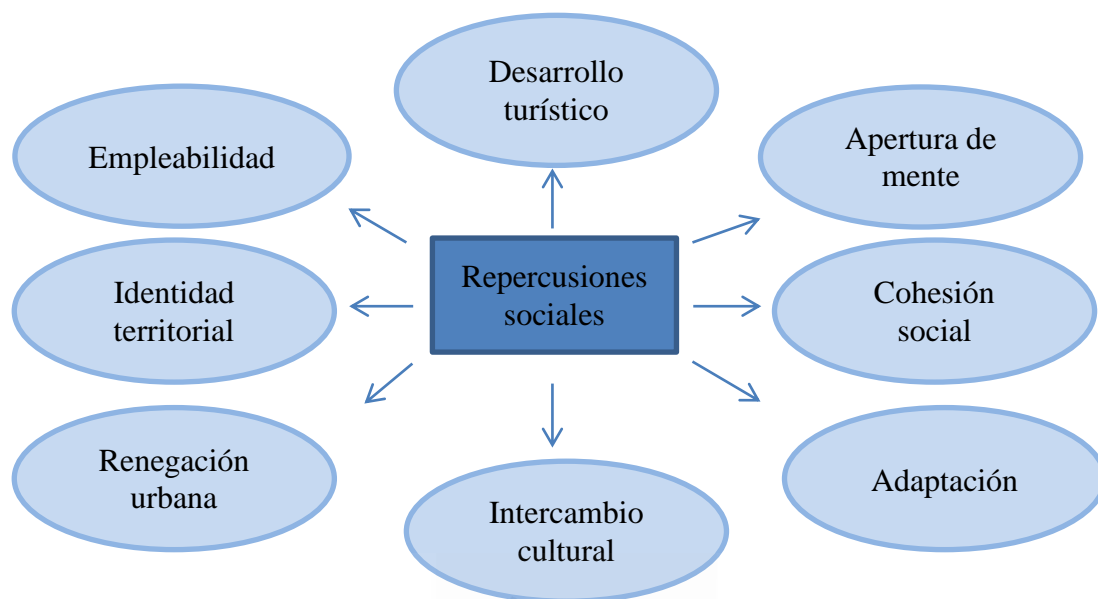
#### **Repercusiones beneficiosas**

La primera pregunta sobre impactos y repercusiones sociales que se hace a los entrevistados se formula de manera abierta: ¿Qué repercusiones sociales conllevan para el territorio?

La finalidad de una primera pregunta abierta es la de tener en consideración cualquier respuesta sin influir con unas determinadas opciones de respuesta y poder hacer una recopilación de información lo más objetiva posible.

Como observamos en la siguiente figura, entrevistados y grupos de discusión reinciden mayoritariamente en los siguientes puntos:

**Figura 30: Repercusiones sociales de los festivales**



Elaboración propia

Favorecen el desarrollo turístico y sirven de complemento a otros tipos de turismo. Las nuevas prácticas socio-lúdicas que surgen hacen de los festivales de música durante la temporada estival una herramienta para dar respuesta a las demandas de ocio. Dentro de los nuevos modelos de desarrollo turístico en el Mediterráneo propuestos por la Organización Mundial de Turismo (OMT, 1991:153):

“La revalorización de la cultura como recurso turístico que implica un importante desarrollo del turismo cultural. Se basa en la búsqueda de lugares, acontecimientos y experiencias culturales para descubrir identidades, integridades o diferencias. No sólo se interesa por las componentes étnicas o manifestaciones de tipo folclórico sino por los estilos vida, en los que la cocina, el lenguaje, la literatura, la música o el arte son recursos básicos en su atracción”.

De esta forma, los complementos al turismo de sol y playa suponen un buen plan estratégico de desarrollo turístico. Pere A. Salvà T. (1998:20) alude a que en las nuevas prácticas turísticas se combinan distintas variables en las que se alternan ocio, placer y conocimiento y suponen un necesario cambio de los modelos turísticos tradicionales, diversificando y complementándolo con actividades complementarias.



La masificación de visitantes que supone un macro festival de música como los cuatro que se estudian en esta investigación, claramente favorecen el desarrollo turístico de los territorios donde tienen lugar.

“Seguro. De los 45.000 que van día, vale, puede que haya 8.000 que no pisen Burriana, pero es que sigue habiendo 37.000 que sí que pasan por Burriana”. GD-1, 361

En el caso de una ciudad como Benidorm suponen un valor añadido a una oferta ya consolidada:

“El impacto social que pueda dejar, evidentemente también desde el punto de vista también económico en la ciudad, en una ciudad que vive del turismo y de la atracción, y al final este tipo de eventos en Benidorm hacen falta”. AIV-H, 171

Benidorm ya tiene un atractivo turístico, porque todo lo que se haga en una ciudad turística como Benidorm... Hoy el turismo va cambiando muy mucho, AIV-G, 153

“que tenemos una capacidad de acogida grandísima, podemos acoger en un solo día 500.000 visitas de turistas o visitantes. Entonces realmente que se celebre el concierto Low Cost no tiene una significación más allá”. AIV-I, 176

El volumen de afluencia que suponen implica un mayor auge de ventas en el sector de comercio durante la duración de los festivales, días antes y días después de la celebración.

“es una semana, que realmente todo el mundo está encantado. Hay alguna persona también mayor y tal, que no lo vea bien. Pero, nosotros los que tenemos comercio, los comerciantes, yo pienso que no hay ningún comerciante que lo vea mal”. AV-E, 214

“En el comercio, los que tenemos comercio, pues queremos que haya masiva gente. Haya gente, haya cuanta más cantidad de gente haya, mejor” AV-E, 215

Los entrevistados sitúan también de manera mayoritaria el empleo como una de las repercusiones sociales beneficiosas para los territorios, que aunque suponen en su gran mayoría empleos de corta duración conllevan una mejora de los recursos económicos de la población.

“el impacto social es que atraer a un público joven y ese impacto en la sociedad, se refleja económicamente con puestos de trabajo, con mayor número de ventas, con mayor ocupación. Con lo cual, se traduce en una calidad de vida de la gente de Benidorm, indirectamente y directamente.” AIV-E, 142

“O sea, por ejemplo, todos los trabajadores que contratan para montaje y logística son de la zona, cuando por ejemplo, en otros festivales eso se contrata a grandes empresas nacionales que ya están especializadas en el tema de los festivales y que contratan a varias...” AVI-A, 250

“En el caso de Benicasim, yo diría que todos prácticamente muy positivos. Pues, porque aparte de empleo temporal que generan, porque no sé, de eso sí que habrás podido recopilar cifras. Siempre se habla de... en fin 1.000, 1.500 puestos de trabajo durante la semana de los festivales.” AVI-A, 245

“Porque es un gota a gota, hoy mismo hay 20 personas trabajando en las oficinas, que luego comerán aquí, que pagan su alquiler aquí en una casa, que compran en el supermercado de aquí, que consumen en los bares de aquí y eso hace mucho fuera de temporada, aunque sea poca gente. Y después, el propio festival, que hace actividades en la playa, hace... en fin, se involucra fuera del recinto. Aunque, luego es una ciudad en sí misma y el que viene de fuera, de Jamaica, o de Francia, o de Italia, pues, a veces lo tiene todo montado allí y no necesita salir y la playa tira mucho.” AV-D, 207

Favorecen la identidad territorial y el sentimiento de pertenencia. El hecho de contar con un gran evento al que acuden artistas de fama internacional provoca en muchos casos un sentimiento de orgullo por parte de los residentes. Además, la labor que hacen estos eventos en cuanto a la fama que proporcionan a los territorios y su difusión en medios de comunicación fortalece la consideración que se tiene de estos lugares.

“Un sentimiento de reconocimiento territorial, de consideración, y también una transformación temporal de horizontes personales, que puede, para algunas personas, versar los enlaces con la cultura, en colectivo, al espacio social.” AVI-D, 268

“ciertos festivales pueden generar cierto sentido de orgullo o de identidad con el lugar, de sentirte orgulloso, de decir... Bueno, pues este festival está vinculado a mi ciudad, a mi localidad, y yo creo que siempre es bueno desde el punto de vista social, la sensación de pertenencia a los lugares, que no significa haber nacido en ellos, sino sentirte identificado con el lugar, porque yo creo que eso, pues... Genera más cariño, más civismo, más implicación con el sitio”. AVI-G, 294

La organización de este tipo de macro eventos favorece el intercambio cultural. Acercan otras culturas y generan un espacio de convivencia entre distintas nacionalidades. El caso más intercultural de los cuatro sería en del festival Rototom por la gran variedad de público de diferentes países que asiste. Esta circunstancia, en el caso de Benidorm ya se vivía antes de la llegada del festival por la gran afluencia de turistas, muchos de ellos extranjeros, que acuden cada año a la ciudad.

En el caso de localidades más pequeñas y menos acostumbradas a un turismo masivo como Burriana y Benicasim este hecho es más reseñable y ayuda a abrir la mentalidad de los residentes.

“Grosso modo, en el caso de Levante, acercan la oferta de la industria cultural a la región. Claro que esto tiene doble filo: ¿cuántos grupos pop rock han salido en Benicassim desde que empezó el festival? Diría que ninguno..... Hay que recordar que Levante en los ochenta fue un foco de innovación gracias al sonido Valencia (luego estigmatizado como Ruta del bakalao) y que esa tradición local no se ha perpetuado con la llegada de los festivales. Más bien se ha impuesto la tradición anglosajona.” AII-D, 36

“el intercambio de culturas, yo pienso que eso favorece en el sentido de que aprendas a convivir con cualquier tipo de... aquí, claro, durante el tiempo que esta del Fib, en casi todos los sitios que tu vayas a cenar escuchas inglés, a gente hablando en ingles al lado, entonces todo el mundo se dirige en inglés. No sé, ese intercambio cultural, pues que es muy rico también... Exacto, sí, sí, sí, yo creo que el impacto social más que puede dar es ese, el intercambio cultural, el abrir la mentalidad, el convivir con personas de otros países y bueno... entre eso y el turismo.” AIII-C, 28

“El Rototom, por lo menos, si ha acercado una música que es complicada de escuchar en directo en Levante a los largo del año (hablo de la música jamaicana).” AII-D, 36

Este acercamiento y convivencia con otras culturas conlleva adaptabilidad por parte de la población y los negocios, una localidad más cosmopolita y apertura de mente de los residentes.

“Ha tenido su importancia la realización del Fib para que viéramos otros escenarios, otras gentes y que se fueran adaptando negocios, flexibilizando todo tipo de maneras de pensar y de actuar, tanto en negocios como en la propia gente del pueblo, que siempre ha habido una acogida, la verdad. El festival lo hemos notado siempre como algo muy nuestro y siempre hemos apoyado desde todos los puntos de vista, o sea que...” AV-B, 195

“yo creo que la población es mucho más cosmopolita desde que estamos recibiendo gente de festivales. Eso sin duda y ha incrementado esto Rototom.” AV-A, 187

“Impacto social, también ha podido influir... también puede despertar agudizar el ingenio a lo mejor ¿no? aprovechar ese tipo de tirón de alguna forma ¿no? Pues, en crearte un negocio, de enfocarlo en algo relacionado con eso o es que no lo sé, más o menos por social que te puedo decir, ¿si quieres algo más concreto?” AIII-C, 28

“además una cosa muy curiosa es que muchos de estos puestos de trabajo que yo te decía antes que se generan para las semanas de los festivales, desde hace ya mucho años que exigen inglés, por ejemplo... Y eso es una cosa que nos ha medio obligado a todos a ponernos las pilas para poder ser buenos anfitriones con todo el público internacional que viene a los festivales. Eso sí que es más propio del Fib y del Rototom, del Arenal no, porque es público nacional y eso... bueno, eso es simplemente un síntoma ¿no? Pero, realmente sí que ha habido apertura de mente.” AVI-A, 248

En algunos casos y de manera destacada en el caso del festival Rototom, se observa un sentimiento comunitario y de cohesión social donde el festival además de música y diversión promueve otro tipo de valores sociales.

“No se puede generalizar. Funcionan con filosofías distintas y su repercusión social es distinta. El Rototom es el que trabaja más en la generación de opinión, en la sensibilización social y ambiental, y en promover una cultura comunitaria de la que la música solo es una parte, tiene por ello una conexión creciente con unas ciertas capas sociales de carácter intergeneracional. Es el más sostenible de todos.” AII-A, 2

El director del festival se refiere al evento como un lugar de encuentro donde compartir ideales y promover otro tipo de actividades además de la música.

“la gente no viene solo para divertirse, sino también para pensar y para compartir ideales. Ideas y propuestas para mejorar el mundo y... Pues, están muchas actividades, por ejemplo para los niños, para cursos de cocina. El festival, a diferencia de otros festivales donde está solo música, es un festival que propone muchos motivos de encuentro.” AIII-B, 58

Con la llegada de los festivales y la masa de visitantes que estos conllevan, sobre todo para localidades donde no se está acostumbrado a recibir tal cantidad de visitantes, se hace necesario la implementación de nuevos planes de reorganización urbana que faciliten la convivencia entre residentes y visitantes.

“El ayuntamiento, con accesos que va a mejorar este año, y el jardín de la Malvarrosa, como los campings, que se han hecho plazas nuevas, como tema de servicios, como tema de una avenida grande que va a abrir el ayuntamiento adrede para que se pueda comunicar más y no haya tantos atascos. Es muy importante, de cara a todo.

*O sea, ¿se están mejorando muchas infraestructuras de cara al festival?*

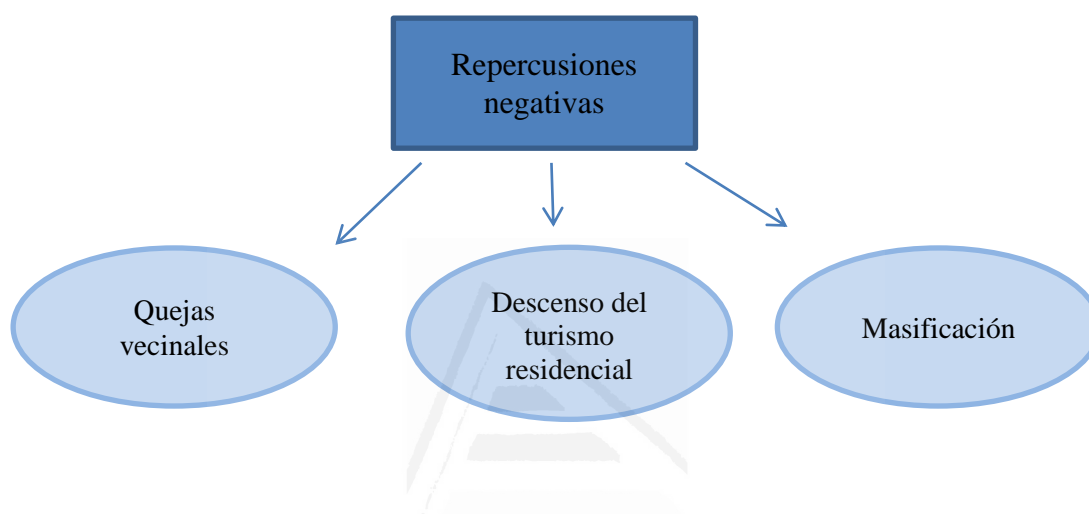
Muchas. Muchas infraestructuras se están mejorando, sí.” AV-E, 216

Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

### **Repercusiones negativas**

Dentro de las repercusiones sociales negativas que conllevan la realización de estos cuatro eventos, los entrevistados como vemos en la siguiente figura, resaltan las siguientes:

**Figura 31: Repercusiones sociales negativas de los festivales**



Elaboración propia

Los entrevistados coinciden en que aunque existen algunas repercusiones negativas por la realización de los festivales, éstas son mínimas comparadas con todo lo positivo que acompaña a los festivales. Quejas vecinales por ruidos, molestias, suciedad y masificación que en el caso de Benidorm supusieron el traslado del festival.

“el primer año que se celebró el Low Cost Festival, aquí, en *L'Aigüera*, hubo muchos problemas y muchas quejas del vecindario... se decidió trasladarlo a Foietes... y las molestias son mínimas desde ese punto de vista.” AIV-I, 175

“no detectamos ninguna repercusión negativa en el festival Low Cost, es un festival muy estable de gente que asiste francamente educada, donde no se generan absolutamente ninguna clase de conflictos, ni con la población, ni con la propia ciudad. Más allá de lo que pueda ser un fin de semana de temporada turística alta.” AV-G, 227

También se coincide en el hecho de que si bien los días de duración del festival hay una masificación de visitantes que acuden al él, el turismo residencial se ve mermado a causa de esto.

“hemos convertido las noches de los festivales en las noches más flojas del verano, es una cosa curiosa... el otro tipo de turismo huye, de hecho no hay nadie en el pueblo las noches, porque claro, toda la gente que está en los festivales, está en los festivales y estamos hablando de un fin de semana del centro de digamos, lo que es el epicentro del turismo en Benicasim. Que se nos queda el pueblo a medio gas.” AV-B, 196

“hay gente que la semana del Fib se van de Benicasim. Pero no pasa nada es normal, lo que pasa es que... ya te digo, imagínate, nosotros tenemos muchos residentes de segunda residencia de Castellón. Pues, imagínate que están aquí una familia con dos niños de corta edad y tal, en la playa y tal. Lo que quieren es tranquilidad para ir a la playa, para que sus niños jueguen y tal.” AV-A, 187

“Claro, el turismo más residencial, pues a lo mejor sí que se merma un poco esos días, pero tampoco... no es excesivamente, no es escandaloso. Y tampoco se nota a hora de facturar, pero sí que sabemos, pues gente que a veces viene; es que claro, el Fib, claro es toda una semana, otro; el Rototom son diez días y claro... Sí, pero es que económicamente y todo es muy bueno, pero no tenemos queja nunca del turismo residencial que tenemos desde toda la vida y que no se puede perder.” AIV-B, 107

“No hay mucha implicación entre el festival y la población, en algunos casos, y hay veces que el festival es... molesta. Intentan las instituciones que no moleste, les dan un recinto a tomar por el saco. No van a pisar la ciudad en ningún momento, no van a usar sus taxis, ni van a usar sus hoteles, ni van a usar sus restaurantes, no, nada. No produce absolutamente nada para la ciudad. Entonces, la propia población no se va a cruzar con nadie del festival, porque está allá fuera, apartado. Entonces, en algunos sitios sí, porque el festival está metido dentro, pero en su gran mayoría, en el formato de ahora no.” GD-1, 358

### **5.3.3 ¿Añade la organización del festival un Valor cultural para la ciudad?**

Los últimos estudios sobre los comportamientos de la oferta y demanda del turismo, sitúa el turismo cultural como una elección en auge, cada vez más demandada. Que la motivación del viaje sea creciente hacia el turismo cultural se debe según coinciden varios autores a las siguientes causas:

- Los productos o servicios culturales, proyectan emoción, imaginación, virtudes y cualidades de las cosas.
- Deseo creciente en la demanda turística de asimilar los valores de otras sociedades.
- Aumento en las motivaciones emocionales y espirituales.
- El turismo cultural encaja perfectamente como un valor añadido a la oferta de Sol y Playa.
- El turismo cultural sobrepasa el concepto de explotación y consumo superficial, encaminándose más hacia una relación interpersonal de mutuo aprendizaje.

De este modo, los festivales musicales, nacidos como un producto cultural adquieren nuevas dimensiones, formando parte de las estrategias de desarrollo local y urbano, y aportando nuevas necesidades recreativas y de cultura global, modificando la imagen turística del destino. Los festivales tienen la particularidad de que no se extienden en el tiempo más de unos días, consolidándose como una experiencia efímera que representa una oportunidad única que no se va a repetir, estimulando con ello la asistencia. Queda saber si estos eventos suscitan algún tipo de valor cultural.

Una de las frases más repetidas en las entrevistas como respuesta a esta cuestión es “la música es cultura”, dando por hecho que si el eje principal del evento es la música indudablemente aporta un valor cultural, aunque por otro lado no se ve encajado dentro del turismo cultural.



“en definitiva la música es cultura y en sus diferentes manifestaciones, pues es... es cultura. Ahora, si hablamos en términos turísticos, yo creo que el producto festivales no se asocia al producto turismo cultural, creo que el turismo cultural es otra cosa, en este caso.” AIV-A, 88

“Yo es que creo que más que añadir un valor cultural hay una cultura de festivales... un poco hablo de cultura de festivales desde la moda de festivales.” GD-1, 365

Un punto a tener en cuenta sobre el turismo cultural, musical o de festivales, es el hecho de que la cultura, independientemente de cómo se interprete, subyace al proceso de desarrollo, es anterior a las estructuras económicas o políticas (Throsby, 2001:73). El recurso cultural actúa como catalizador en los procesos de desarrollo, otorgando un valor agregado al producto.

Hay opiniones opuestas en cuanto a si realmente añaden un valor cultural, aunque de manera mayoritaria se está de acuerdo en que en mayor o menor medida lo aportan.

“amplían el conocimiento. Al final, son oportunidades de conocer, para las personas que asisten, y en definitiva para el resto de la sociedad, conocimiento cultural, conocimiento de otras culturas, porque al final estás viendo cine de otros lugares, estás viendo música de otros países, estás conociendo teatro y realidades de... pues eso, de otras culturas diferentes de la tuya, etcétera”. AVI-G, 293

“Por supuesto añade un valor cultural, porque normalmente en los festivales siempre vas a encontrar a los programadores culturales con mayor, por decirlo de alguna forma, con mayor capacidad para estar atentos a todo lo que ocurre nuevo en cada uno de los ámbitos, ¿no?” AII-D, 69

“Si el festival tiene una lógica artística, tiene una misión artística que defender, quiere llegar más allá, no solo quedarse en programar determinados artistas para conseguir espectadores, evidentemente que aporta un valor cultural a la ciudad, claro que sí.” AVI-F, 283

De alguna manera también se posicionan como puertas de entrada de tendencias musicales.

“Bajo mi punto de vista el impacto de estos eventos puede ser observable a largo plazo sobre la producción cultural local. ¿Es posible que el hecho de tener cerca uno de estos festivales de referencia haya catalizado las inquietudes musicales de jóvenes compositores? Hasta donde yo sé no se ha explorado ésta posibilidad. No obstante, y teniéndolo como antecedente, es interesante el efecto de las bases americanas en la historia del rock-pop andaluz como puerta de entrada a un gran número de discos que no eran accesibles en el mercado nacional del franquismo. Esto, según los protagonistas, supuso un interesante fuente de influencia para sus composiciones híbridas entre el flamenco y el rock.” AVI-C, 263

“para mí, ahí sí que me ha abierto muchísimas puertas, rollo a otros grupos y a conocer otras cosas diferentes.” GD-2, 432

En contraposición, están los que lo ven como como un producto puramente comercial en el que el valor cultural que aportan es lo último que se tiene en cuenta.

“yo creo que no, yo creo que no. Que la gente, al final, creo que tiene más un objetivo puramente comercial que no cultural, y de hecho, si las cifras de visitantes de un festival, un porcentaje muy alto es de fuera del territorio y no hay otro tipo de actividad de conocimiento del territorio más allá de la zona de conciertos, pues estamos... Si estamos ganando una oferta cultural, pero no le estamos dando... no la estamos vinculando con el ámbito territorial, o sea, no hay ningún plan de conocimiento local, de los valores de la provincia por ejemplo.” AVI-B, 258

“De alguna forma son como los primeros días de las rebajas, ¿no? Es decir, que todo el mundo quiere ir, pero luego no hay un consumo continuado de ese tipo de cultura, porque a lo mejor no hay una oferta continuada, ¿no?” AII-D, 68

El atractivo turístico de un destino no se basa únicamente en la singularidad del mismo, clima, paisajes o ambiente histórico y monumentos. Este atractivo también tiene como base la organización de fiestas, ferias, eventos especiales o festivales. Así, según (De la Calle Vaquero, 2001) la concentración espacial es una característica de los recursos turísticos tangibles, mientras que la concentración temporal es la parte no material

inherente al propio evento y que forma parte de ese atractivo turístico desencadenando en flujos significativos de visitantes concentrados en un periodo limitado.

Por su parte, Frey (1994) alude a que los incrementos en educación, tiempo libre y niveles de renta de las últimas décadas han derivado en un mayor consumo cultural y turístico, de esta manera, los festivales representan un producto turístico idóneo para cubrir estas necesidades. Así, estos eventos permiten la concentración de la demanda, favoreciendo su propia rentabilidad económica y evitando el desfase y anquilosamiento artístico que pueden tener lugar en las instituciones culturales fijas. De este modo, tal y como sostienen Frey y Busenhardt (1996), la concentración temporal y espacial que mantienen este tipo de eventos, permite una mayor especialización, pudiendo presentar una mayor riesgo e innovación en sus programaciones.

La mayoría de los festivales que se realizan en España y por ende en la Comunidad Valenciana en la actualidad son de música indie, pop, correspondiendo a este estilo tres de los cuatro festivales que se analizan en esta tesis. La música indie es la tendencia en la actualidad y la que más masa de gente puede atraer. Independientemente de gustos musicales podemos englobar a esta dentro de, según palabras de Briceño, (2013), la música popular-masiva que promueve el mercado de la industria cultural.

Considerando el valor cultural que estos eventos dejan en los territorios, si bien es cierto que como se ha señalado antes por la repetición de citas en las entrevistas, la música es cultura y por tanto cabe que tenga un valor cultural, la calidad de estas manifestaciones culturales es más bien subjetiva y difícil de medir.

Analizamos el hecho de si aportan algún tipo de valor cultural de manera separada con cada uno de los cuatro festivales:

## **Festival Rototom**

De los cuatro festivales, Rototom es el que sitúan en primer lugar en cuanto a añadir un valor cultural para el territorio por diversas causas. En primer lugar lo diferencian de los demás festivales por tener un carácter notablemente singular y por la gran cantidad de actividades complementarias a los conciertos que contiene.

“Nos ha sorprendido también que en poco tiempo, la gente ha entendido que este es un festival diferente a los otros. Y, también porque tenemos muchos ingredientes entre comillas, muy diferentes. Por ejemplo, los niños entran gratis hasta los 12 años, así como entran gratis los discapacitados, lo mayores de 65 años, y esto genera un poco de curiosidad. Y cuando un abuelo viene en estos festivales, y se encuentra bien, y se da cuenta que el espacio esta estudiado para ellos también, un poco se sorprende. Porque, aquí normalmente los festivales son solo para jóvenes.” AIII-B, 61

“Rototom sí que está entre los cuatro, y sí que está muy segmentado para un tipo de reggae, de música reggae.” GD-1, 367

“Rototom, todos los días en su cartel tiene conferencias, tiene charlas sobre temas... pues sobre otro tipo de economía en el mundo, sobre... Vino una premio nobel de la paz por ejemplo, para hablar de su experiencia en Israel, viene... es increíble o viene un futbolista para hablar del deporte como... hay una oferta...” AIII-C, 32

Incluso los entrevistados que no creen que en la actualidad los festivales añadan algún tipo de valor cultural sitúan en Rototom como una excepción.

“En general sí lo añade, en unos casos más que en otros. El más notorio en ese sentido, recalco, es el Rototom.” AII-A, 2

“El Rototom, con sus conferencias, debates y demás oferta cultural es un buen ejemplo de deleitar enseñando.” AII-A, 3

Valoran también que el festival además de música y diversión trata muchos temas de compromiso social, está sensibilizado con el cuidado del medio ambiente, proyectos para ONGs y política.

“Rototom, a nivel más social, más un poco de incentivar a las masas, el tema del 15M, el primer año que estuvo también se promovió mucho.” AIV-B, 109

“Rototom está muy sensibilizado en el tema social, tema ONGs, tema voluntariado, con lo cual sí que es muy positivo. Habrá cosas que me gusten más y que me gusten menos, a nivel sobre todo cuando a veces han traído a referentes políticos o no políticos.” AIV-B, 107

“hacen muchas charlas, sobre todo por el día, hacen muchas jornadas culturales, muchas jornadas sociales, voluntariado, temas de medio ambiente, que todo eso estamos totalmente de acuerdo.” AIV-B, 107

Por otro lado, el hecho de que al festival acudan visitantes de tantos países diferentes favorece el intercambio cultural y el impacto de este en la sociedad receptora.

“Rototom... mira, un dato muy importante del Rototom, el público del Rototom es de... viene gente de más de 100 países diferentes de todo el mundo, entonces eso, pues imagínate. El Rototom sí que es un intercambio cultural, mira, estaba con el FIB obsesionada, pero el Rototom sí que es un intercambio cultural brutal, porque vamos, aquí viene gente de África, de Jamaica, es que vamos, aquí viene gente de todo el mundo para el Rototom.” AIII-C, 30

“durante dos semanas cerca del Rototom, aquí es un continuo pase de gente de todo el mundo. Entonces, ahí, el impacto cultural, el impacto cultural pienso que sí que es fuerte ahí, sobre todo con el Rototom es muy fuerte y sí que favorece en ese sentido ¿no? en ser más abiertos supongo, claro.” AIII-C, 31

En el caso de los otros tres festivales, Arenal Sound, FIB y Low Festival, entran dentro del género indie, pop y electrónica principalmente. Estilos musicales que aunque en un principio fueron considerados alternativos, en la actualidad mueven masas, englobándose dentro de la cultura mainstream.

Grignon y Passeron (1992) denominaban plebeyismo o populismo cultural al movimiento de masas producido por la música producida por la industria cultural. Estos géneros musicales producidos para masas dependerían de la demanda de mercado para dotarlos de valor cultural. (Briceño, 2013) “los criterios y procesos de valoración quedan reducidos a

operaciones de rating y mercadeo. La mejor música popular sería simplemente la más comercial, la más vendida o la que tenga mayor demanda como mercancía.”

### **Arenal Sound Festival**

Refiriéndose al Arenal Sound, aluden más a un valor como producto turístico que cultural, si bien el eje central del evento es la música indie y electrónica principalmente, la percepción del festival es la de un encuentro lúdico que aporta valor en cuanto a posicionamiento turístico.

“El Arenal Sound ya lo pondría más en entredicho, porque es un festival que ya ha nacido con vocación de... una vocación más inclinada hacia la parte lúdica que musical o cultural, ¿sabes?

*Sí, ¿vende más el concepto de fiesta a lo mejor que música o...?*

Si, de fiesta al lado de la playa, despiporre, desenfreno. Tiene mucho más peso la música electrónica en las sesiones diurnas, que en fin, cuando vas allí es dantesco todo lo que ves, pero vaya que es totalmente respetable obviamente, pero que yo diría que no está teniendo ese impacto que tuvo durante la primera década el Fib, o que está pudiendo tener el Rototom ahora mismo.” AVI-A, 246

“Sobre todo un valor muy importante en cuanto a posicionamiento turístico, está claro. La gente ya, por lo que hemos estado hablando ¿no? se identifica, ya sabe lo que tenemos y confía año tras año en Burriana para continuar viniendo.” AIV-D, 132

### **Festival Internacional de Benicasim**

Festival pionero en España, marcó una época en sus primeros años exponiendo las nuevas tendencias de música indie que llegaban de otros países. Si bien en la actualidad forma parte de un circuito de festivales cuyo género musical es el más comercial y mayoritario, en sus inicios suponía una de las escasas opciones de asistir a un evento de estas características en España.

“a nivel cultural, yo creo que también en Benicasim hay mucha gente que ahora hace música o que está relacionada con la cultura, que en los primeros años del Fib, sobre todo en los años 90, le marcaron totalmente poder ver a toda esa cantidad de grupos internacionales que era imposible verlos tan cerca de casa. En Castellón, una ciudad de provincias que durante el invierno, pues no tiene ese perfil de bandas internacionales. ... Con el tiempo, pues también el Fib se ha ido convirtiendo en un festival bastante más *mainstream* ¿no? De bandas mucho más comerciales o populares, o que se pueden ver durante el resto del año en otras ciudades, pero en los primeros años realmente, eran carteles bastante exclusivos, que te permitían ver a bandas que nunca pensarías que las pudieras ver al lado de casa.” AVI-A, 246

También se coincide en resaltar que aunque sin llegar al nivel de lo que supuso en sus inicios el festival, aun a día de hoy cabe ensalzar el hecho de que tengan lugar actuaciones de tan alto nivel en una localidad como Benicasim.

“Por supuesto, vamos, no sé, Benicasim no puede soñar con las actuaciones de Bob Dylan, Stone Roses, Portishead, Arcade Fire, Arctic Monkeys, jamás, no lo podían haber hecho ni queriendo. Entonces, desde el punto de vista cultural es un bien, vamos, inmenso, gigantesco.” AII-A, 51

El festival también ofrece otro tipo de manifestaciones culturales como festivales de cortometrajes o talleres de esculturas aunque se han visto mermadas o anuladas a causa de crisis económica sufrida.

“El Fib tiene otras vertientes, que este año pasado, por ejemplo no se celebraron por temas económicos, por la situación, pero por ejemplo siempre hacen Festival de Cortos. Viene gente de referente nacional de tema de cine.” AIV-B, 108

“se hacía Fib Art, se hacían esculturas en la playa y de repente te veías un monigote o un jardín en medio de la playa y tal y eran esculturas a lo largo de todas las playas de Benicasim y eso se llamaba Fib Art. Y había un concurso y la gente participaba, participaba mucho alumno de bellas artes de toda España.” AIV-B, 109

## **Benidorm**

En el caso de Benidorm, el festival es valorado como una de las principales manifestaciones culturales de la ciudad, aun considerándolo como un evento organizado principalmente para jóvenes sí se considera como un valor cultural.

“es de los pocos encuentros de primer nivel internacional que tenemos en la ciudad. Entonces, habrá gente que no lo considere cultura este tipo de música, pero yo creo que si lo es, que es un modelo de cultura y que por supuesto que añade mucho valor para la ciudad, porque podemos decir que es posiblemente la principal manifestación cultural que se hace, la de primer orden y primer nivel, ¿no?” AV-G, 229

“yo creo que la música siempre es un bien cultural, y yo creo que sí y siempre digo que esto es también de alguna manera... está enfocado a un público en concreto ¿no? Sí preguntas a mi madre si añade un bien cultural este tipo de música, probablemente te diga que no.” AV-F, 221

“Evidentemente, la música es emoción y la emoción es cultura, o sea, la música es cultura, es una parte de la cultura, de las artes.” AIV-E, 141

Además es considerado como una de las escasas propuestas culturales que ofrece la ciudad.

“Yo creo que la música siempre es cultural. Hombre, depende también de como mires el tema cultural, pero yo sí, yo pienso que es cultural. Benidorm falla mucho en el tema cultural, por desgracia.” AV-H, 239



### **5.3.4 ¿Cuál es la Percepción social acerca de estos festivales?**

La percepción es la imagen mental que se forma mediante lo que recibimos a través de los sentidos y con ayuda de la experiencia. Es el resultado de un proceso de selección, interpretación y sensaciones.

A la pregunta “¿Cuál es la Percepción social acerca de estos festivales?” muchos de los entrevistados coinciden en separar la percepción que tiene el segmento formado por la población más joven y el formado por la gente de más edad.

“depende a quien le preguntes ¿no? A la gente joven, seguramente le gustara más que a la gente mayor que va a pasear por aquella zona. Yo, ahora mismo tengo en mi cabeza, pues lo que estábamos hablando ¿no? Pues, a lo mejor la zona de botellón que se genera fuera, o los miles de chavales que colapsan las vías de acceso a la ciudad, o no sé. Al final tiene si lado bueno y su lado malo. Por un lado generas consumo y por otro lado creas colapsos.” AII-B, 11

“Para los jóvenes se trata de eventos y espectáculos que “no pueden perderse.” AII-E, 39

“Según en el momento de la vida en el que este, irme a un municipio de playa donde sé que va a haber 40.000 personas con ganas de divertirse, que hay muisca, que hay playa, ¿sabes? que hay vida, pues oye, planazo, planazo.” AV-D, 207

“Hay un turismo selecto, que no quieren ese tipo de eventos, pero el turismo es así, a unos nos gusta una cosa y a otros nos gusta otra y tenemos que compaginar una cosa con la otra (...) es necesario que estén los jóvenes, porque si no sería una ciudad de la tercera edad que es lo que tenemos ahora en este momento.” AIV-G, 155

“digamos que por una parte de la sociedad, no está muy bien visto, porque dependiendo de la edad que tenga, por el ruido que eso conlleva, lo que conlleva un festival de estas características, tan importante, con una afluencia de público masiva.” AIV-G, 154

Aun con esta separación, se coincide en que la percepción general por parte de la sociedad es positiva de manera mayoritaria, porque se valoran más los beneficios que reportan que las molestias.

“una buena percepción social en cuanto a que se ve como un lugar en el que en pocos días puedes ver, o disfrutar, o participar en muchas cosas.” AIIID, 68

De esta manera, al tratarse de municipios con una trayectoria turística, la percepción que se tiene de los eventos es mayoritariamente positiva.

“todos los ciudadanos en su conjunto, que trabajan directa o indirectamente para el sector turístico tienen una especial vocación de servicio y entienden la importancia que tiene el turismo en sus territorios. Por lo tanto tipo de acciones que contribuyan a mejorar el posicionamiento del destino, a incrementar el número de pernoctaciones y actividad económica, pues lógicamente tienen una percepción positiva.” AIV-A, 88

“el 90% de las personas que saben que es esto, son positivos ¿eh? Están... siempre hay un pequeño porcentaje que siempre piensan que los que vienen aquí nos molestan, pero hay que pensar que en la Comunidad Valenciana vivimos del turismo y para el turismo, somos el sector que más potencia tenemos hoy como empresa.” AV-C, 201

“es una semana, que realmente todo el mundo está encantado. Hay alguna persona también mayor y tal, que no lo vea bien. Pero, nosotros los que tenemos comercio, los comerciantes, yo pienso que no hay ningún comerciante que lo vea mal.” AV-E, 214

También se repite la premisa de que son eventos a los que acude un tipo de público que “no generan problemas”. Si bien en un principio las poblaciones veían los festivales con cierto temor hacia el tipo de gente que pudieran atraer y los problemas que pudieran ocasionar, una vez pasadas las primeras ediciones se coincide en que la tipología del público asistente no ocasiona más problemas que cualquier otro tipo de turista.

“A ver, todo depende con quien hables. Si hablas con la gente del pueblo, de aquí, la sensación es positiva. Al principio era; ¡ay, vienen cuatro marranos aquí!, la sensación. No, luego vas viendo que sí, vale, serán con rastas unos, serán unos rapaos o serán no sé qué, pero son gente que ni se mete con nadie, ni monta broncas, ni nada.” AIV-B, 106

“no crean grandes problemas en el municipio, grandes problemas de destrozos, no, para nada, o sea, hay más contenedores rotos un sábado normal que un sábado de Fib. Eso está estudiado ¿eh? Estadísticamente.” AIV-B, 93

En el caso de Benicasim, al acoger a unos de los festivales pioneros, se habla de una imagen peyorativa al principio, principalmente por desconocimiento de las repercusiones que pudiera sufrir la población y por la masificación poco controlada en un primer momento. Sin embargo con el tiempo la población se fue acostumbrando y empezó a valorar más las partes positivas que tenía el evento, en cuanto a generación de marca y el impacto económico que suponía para la localidad.

“Empezó siendo como te decía antes bastante peyorativa. Yo recuerdo los primeros años del Fib, también debido a la falta de previsión, o sea, a que los organizadores enseguida se vieron desbordados por la cantidad de público que atraían... de ver que toda esa gente les iba a romper la tranquilidad del veraneo en Benicasim, pero luego, con el tiempo, se fue viendo la parte positiva del impacto económico que eso generaba, de la marca.” AVI-A, 247

“no habría un pueblo que se encuentra mal con un... que está mal con un evento, no puede aguantar 20 ediciones.” AIII A, 51

“se estaba poniendo Benicasim en el mapa, que estaba viniendo gente de todo el mundo a los festivales y con el tiempo se ha visto en positivo, e incluso se ha pasado al polo opuesto, que es aprovecharse demasiado, incluso de eso ¿sabes? Pues, subidas de precios, propietarios de los terrenos de...” AVI-A, 248

También el Rototom ha calado de manera positiva en la población siendo incluso mejor visto socialmente.

“el Fib ha nacido aquí, ha nacido aquí y se ha empezado a querer y a comprender de una manera. Ahora mismo, la sensación que yo tengo, es que socialmente, no políticamente, sino socialmente, el Rototom tiene mucha más acogida. O sea, la gente lo quiere más ¿vale? lo que pasa que a lo mejor... Luego, el Fib puede los días del festival dejar más dinero fuera del recinto y muchas veces ese es el único lenguaje que hablamos, el dinero y no me hagas más preguntas (...) Desde mi percepción, si tuviese que decir cual al cabo del año ha beneficiado más al municipio, ahora mismo diría el Rototom.” AV-D, 207

La ciudad de Benidorm, acostumbrada ya a un turismo masivo, ha aceptado de buen grado el festival, resaltando los visitantes que acuden al Low Festival como un público joven, educado y poco problemático.

“Es positiva. Es positiva ¿por qué? Porque el público que viene, es un público tranquilo, es un público indie, es un público intelectual, es un público universitario.” AIV-E, 141

“es un público de entre 25-35 años la base fundamental.” AIV-E, 141

“es un público atractivo para el ciudadano de Benidorm, no es un público problemático, no es un público... sino es un público educado.” AIV-E, 141

De igual manera, en Benidorm se valoran también los efectos en la economía situándolo con un evento beneficioso para la ciudad y por lo tanto bien visto.

“toda la ciudadanía de esta ciudad y alrededores está a favor de este tipo de festivales por lo que eso conlleva. Primero económicamente para la ciudad, rentable para los establecimientos hoteleros, puestos de trabajo, que es lo más importante, insisto, puestos de trabajo, economía, que entra dinero a esta localidad, tanto para el ayuntamiento, que también necesita...”. AIV-G, 156

En la localidad de Burriana, se coincide en un similar proceso de adaptación al que pudo tener Benicasim en su momento. En un primer momento sensación de caos y descontrol ante una avalancha de visitantes concentrado en un corto espacio de tiempo y un paso posterior de adaptación y normalización del evento al comprobar el perfil de gente de acude y los escasos problemas que conlleva para ser un evento de tan alta asistencia.

“O sea, los primeros años de festival suelen ser caóticos, porque pasamos de estar acostumbrados, sobre todo en el caso de Burriana, de no tener nada, a tener una masa de público y a quejarnos porque nos aparcan delante de casa. Bueno, es que a usted le van a aparcar delante de casa... quiero decir... Pero, después, yo creo que también depende del perfil del festival y de la gente que va al festival, si es un perfil, no sé... Ves que es gente normal, que no es conflictiva y tal, pues es un perfil que puede ser positivo, puede haber una percepción social positiva.” AVI-B, 258

“La mayoría de los jóvenes españoles ya sabe lo que es Arenal Sound. Es un festival al que acude público muy joven y con ganas de pasarlo bien. Hay personas que están deseando cumplir los 18 años para ir al festival.” AIII-C, 63

También hay una buena percepción por parte de la población hacia el festival por el hecho de que el evento ha servido para que los propios residentes del municipio vean la capacidad turística del mismo.

“la gente de Burriana está a favor del festival. La gente quiere que venga, además todo el mundo coincide con la idea de pensar que nos ha hecho cambiar el chip a todos ¿eh? Nos ha hecho darnos cuenta de lo que tenemos, nos ha hecho creernos que Burriana realmente es un municipio con capacidad de turismo y con capacidad para ¿por qué no? para ser un lugar de visita o un lugar de veraneo.” AIV-D, 132

De manera general, en las poblaciones más pequeñas y poco acostumbradas a una afluencia masiva de visitantes se tiene que tener en cuenta el denominado “efecto nimby”<sup>72</sup>, protagonizado normalmente por un pequeño sector de la población que sufre de manera más directa las molestias generadas por el evento.

“tendrías que tener en cuenta el efecto minby creo que se dice, creo que se llama. Por ejemplo, nosotros estuvimos hablando con el director del Fira Tàrrega, y hablaba de este efecto, y que existía este efecto en el Fira Tàrrega. Porque claro, es una ciudad, un territorio de 15.000 habitantes. (...) Que se transforma, y hay 150.000 personas que van al pueblo el fin de semana. Mucha gente local se marcha ¿no? Entonces claro, puede haber una percepción social positiva y negativa.” AVI-F, 282

“la única confluencia que puede tener, es por ejemplo si una persona viene a una playa está acostumbrada a ver la playa con una ocupación “x” en el mes de agosto o en el mes de julio ¿no? Y de repente, mañana empieza un festival y llegan 40 o 50.000 personas, pues esa playa supera su capacidad de carga.” AIV-C, 122

En definitiva, las tres localidades que acogen estos cuatro festivales coinciden en la existencia de un percepción social mayoritaria, tanto por parte de la población como por parte de los asistentes, salvando las molestias que puedan originar percibidas como mínimas en comparación con las aportaciones positivas de los cuatro eventos.

---

<sup>72</sup> Síndrome NIMBY: acrónimo de la expresión inglesa not in my back yard, “no en mi patio trasero”. Consiste en la reacción que se produce entre determinados ciudadanos que se oponen a ciertas actividades o instalaciones percibidas como peligrosas. La versión en castellano SPAN, siglas de “Sí, Pero Aquí No”, responde en teoría a planteamientos insolidarios, ya que la oposición de los ciudadanos no se produce ante la verdadera esencia del problema, sino porque se ven afectados de manera directa.

En cuanto a la pequeña parte de la población que tenga una percepción negativa de la realización de estos festivales, se debe en su mayoría a molestias que les perjudican directamente, como sería el caso de vecinos muy cercanos al recinto del festival o los que se muestran en desacuerdo con las aportaciones económicas a los festivales. Aun así, los entrevistados coinciden en recalcar que se trata de un pequeño sector de la población

“percepción social, pues están los que por un lado preferirían que no se dejara ese dinero al Ayuntamiento de Benicasim en los festivales, porque piensan que la repercusión que tienen va más directa a unos pocos particulares y aunque sea interés común, también por la fama, por el nombre de Benicasim y tal piensan que tampoco les... preferirían otras cosas. Y luego están los que sí, los que apuestan totalmente por los festivales y les encanta que Benicasim salga en las noticias.” AIII-C, 29

“en un principio se cuestionó la aportación que hacía el ayuntamiento económica al festival, pero salvando ese aspecto yo pienso que todo el mundo está de acuerdo con que se realice el festival y se ve de manera positiva. Vamos, yo pienso que la sociedad de Benidorm demanda que se hagan actividades que puedan publicitar el nombre de Benidorm y que atraigan gente a Benidorm.” AIV-F, 145

“Hombre, las repercusiones sociales depende también de que tipo de proyecto estemos hablando, ¿no? Muchas veces los festivales son como paracaídas que llegan a un sitio y luego no se preocupan el resto del año por ese sitio, ¿no?” AII-D, 67

Universitat d'Alicant  
Universidad de Alicante

### **5.3.5 ¿Favorecen la interacción social?**

Los efectos de la llegada de turistas, en el caso que estudiamos de asistentes a los festivales, sobre las comunidades locales, generan diferentes tipos de interacción entre residentes y visitantes. Durkheim aborda la idea de interacción social y afirma: “los cambios en el nivel de los macrofenómenos sociales producen cambios en el nivel de la acción y la interacción individual”. (Ritzer, 2007:241).

Nash (1992) analiza las relaciones entre turistas y residentes y afirma que estas se definen por la condición de que el turista no comparte determinados aspectos esenciales que poseen los residentes.

Sutton (1967) se refiere a distintos tipos de relaciones entre residentes y turistas como:

- Relaciones asimétricas: se produce un choque cultural entre ambos por las grandes diferencias que los separan.
- Relaciones de transitoriedad: la corta duración de estancia de los visitantes en la localidad generan una interacción superficial entre visitantes y residentes.
- Relaciones no repetitivas: relaciones donde se busca una gratificación inmediata donde no hay lugar a una relación continua y duradera.

La teoría de Sutton alberga resultados positivos para los casos en que las partes sean tolerantes, aunque todo dependerá de las condiciones donde tengan lugar las interacciones sociales, "Sería ingenuo asumir que cualquier contacto intergrupales producirá los mismos resultados (...) la dirección del cambio depende en gran medida de las condiciones bajo las cuales ha tenido lugar el contacto; condiciones favorables tienden a producir una reducción en el prejuicio, condiciones desfavorables pueden incrementar el prejuicio y la tensión intergrupales..." (Amir, 1969:377-378).

En el caso de los festivales objeto de este estudio, se habla de un carácter positivo en cuanto a interacción social e integración en las comunidades que los acogen.

Se trata de eventos con unas características particulares que en principio favorecen la interacción social a varios niveles.

- Interacción visitantes-residentes
- Interacción entre visitantes
- Integración de la organización en la comunidad

Muchos entrevistados coinciden en la particularidad del ambiente que se genera en un festival y en lo favorecedor de este ambiente en cuanto a propiciar interacciones sociales.

“los festivales son productos originales en sí mismos, es decir, la dinámica de ir a un festival es muy diferente a la dinámica de ir a una temporada regular y eso ya añade valor. Yo creo que es muy diferente ver una peli en el cine, en un complejo de estos comerciales, o en un cine a pie de sala, me da igual, durante el año, que luego irte a un festival donde hay un ambiente muy particular, una intensidad muy grande.” AVI-G, 295

“Sí, sí, en cuanto que cualquier actividad cultural, yo creo que la favorece en cuanto que no deja de ser un lugar en el que convocas a diferente gente. Siempre es bueno ese tipo de interacciones.” AII-D, 69

“si pensamos en los de música, de música pop y rock, yo creo que claramente, porque están pensados para ello, para que en áreas concretas se junte gente joven.” AVI-G, 296

“Dentro de lo que es el evento en sí mismo, o sea, yo creo que sí, que la gente en si misma sí que se ha producido el fenómeno. Por ejemplo el botellón que es súper abierto, que uno se va a buscar hielo, tal, tal, tal. Y dentro del propio evento sí que hay, pues eso, una sociabilidad o unas interacciones, pero desde el punto de...” GD-1, 360

También adquieren importancia en cuanto a las interacciones que generan vía redes sociales.

“la capacidad de generar o construir redes, ¿no? Yo creo que es bastante importante e interesante ver como el festival, lo vivas o no en el espacio físico, siempre tiene importancia en el espacio digital, con lo cual eso genera una sensación de red y cercanía para mucha gente, o que ha estado otros años, o que este año no ha venido y quiere venir.” AIII-D, 66



## **Benicasim**

Los dos festivales (FIB y Rototom), son considerados como elementos integrados en la comunidad.

“Integración social, bueno se integran los dos, o sea, si yo me refería social más a temas de intercambio, de colaboración entre distintos colectivos, asociaciones y tal.” AIV-C, 123

“Los dos que tenemos aquí sí, a lo mejor en otros festivales no es igual, pero aquí sí. Aquí sí, porque están mucho, tanto en el municipio como haciendo actividades en general.” AIV-B, 109

“Hay muy buena relación también, hay alternativas y opciones, como son los pases para locales, que eso en Benicasim si se trabaja. Si tú eres vecino de la ciudad tienes un descuento muy importante, o si eres mayor de 60 años, puedes entrar gratis al festival. O sea, creo que puede haber acciones que beneficien a esta interacción.” AVI-B, 259

Ambos son festivales consagrados con una larga trayectoria. Muchos de los entrevistados coinciden en la oportunidad que representan estos eventos a la hora de interactuar no solo a nivel residente-visitante o visitantes entre sí, sino a niveles de relaciones entre periodistas, grupos musicales formados a raíz de los festivales o relaciones que han podido derivar en negocios.

“no sé la cantidad de amigos o de proyectos en común que se han podido poner en funcionamiento en Benicasim, entre gente del mismo país... De hecho, hay varios grupos que han reconocido que si no se han formado allí, casi, como es el caso de Claxons, por ejemplo y hay otros muchos que vete tú saber si no han... de gente de distintas nacionalidades, que se han liado a hacer vete tú a saber qué. O sea, a montar... pues, desde bandas, hasta pasando por productoras, páginas webs, no lo sé, pero claro, claro que lo... claro que favorece.” AIII-A, 51

“al llegar toda esta variedad de público nacional e internacional durante una semana al Fib y otra semana al Rototom, pues eso hace... eso provoca que se genere mezcla, sí. Que la gente, en fin, tenga que ceder su parte de playa, que está acostumbrado a tener (...) en fin, que tenga que relacionarse con toda esta gente, claro, claro. Y bueno, para la gente que vamos, por supuesto yo estoy pensando siempre en el que no va. Para los que vamos a los festivales por supuestísimo, porque siempre acabas... Yo, a nivel profesional, entre los periodistas que he conocido de todas partes del mundo, pues, imagínate, eso es una experiencia que de otra manera no hubiera podido tener.” AVI-A 249

A pesar de ser considerados ambos como eventos integrados en localidad, Rototom es considerado mucho más involucrado a pesar de llevar menos tiempo en Benicasim. Clasifican el perfil del de público del FIB, como más dado a relacionarse entre ellos dentro del recinto del festival.

“El Rototom más que el Fib, pero bueno, el Fib, el problema ahora mismo es que es un público británico y la forma de viajar del británico es un poco gueto y bueno o están de fiesta total, que entonces hablas hasta con las farolas. (...) Eso suele ocurrir dentro del recinto y suele ser más entre ellos. Eso no quiere decir que no se relacionen.” AVD, 206

A nivel organización resaltan el hecho de que la sede de Rototom a diferencia de otros festivales está dentro de Benicasim y se implican en otros eventos de la localidad aparte del festival.

“Rototom es un festival que tiene oficina permanente en Benicasim todo el año, que eso también lo diferencia bastante del Fib, que la oficina la tiene en Inglaterra y en Madrid, o el Arenal, que la oficina la tiene en Valencia. Pues, el Rototom tiene la oficina permanente todo el invierno, durante todo el año en Benicasim.” AVI-A, 250

“Rototom tiene una sede aquí, su sede está aquí y Rototom cuando hay un evento local se implica. Entonces, por ejemplo, no sé si conocéis el día de las paellas de Benicasim. Bueno, pues también es un evento que se conoce a nivel... es declarado día turístico no sé qué... y tal y en fin, aquí se hacen mil y pico paellas. Es un evento también bastante importante y eso se hace ahora en enero y Rototom evidentemente también se implica ahí. (...) las fiestas locales por ejemplo, cuando son las fiestas locales Rototom hace un concurso de escaparates de motivo Rototom. (...) Es lo mismo que te transmitían mis compañeros me imagino, se implican más en el pueblo. Fib no, Fib viene, hace el festival y se va.” AV-A,

Rototom es considerado como un festival donde se fomentan ciertos valores entre los cuales están la convivencia y el intercambio entre culturas. Fomentan los encuentros sociales con talleres y actividades e intentan acercar público y artistas.

“ciertos festivales pueden ayudar a la convivencia, porque yo sé, por ejemplo, precisamente en la Comunidad Valenciana, yo creo que tenéis un festival que se llama el Rototom, o algo así. (...) Que es un festival de música jamaicana o reggae, o algo así, que fomenta por ejemplo mucho esa idea de convivencia, de estar en familia, de hacer talleres. Y bueno, pues yo creo que eso también, pues, al final es bueno para la sociedad, favorecer la convivencia entre culturas.” AVI-G, 294

“Siempre intentamos mezclar todo ¿no? También, los artistas participan en esta charla con el público. El público puede conocer directamente las motivaciones que tienen estos artistas para presentar esta música, que está detrás de esta música, son... no es el clásico... No respetamos el clásico ejemplo de festivales donde los artistas son vips y el público... tiene una distancia enorme, un vallado enorme entre los artistas y el público. Aquí, intentamos mezclar todo, y como decía, siempre crear motivos de encuentro entre la gente.” AIII-B, 59

“Rototom sí que cuenta más con nosotros y nos pide trabajadores nos pide empleados... como agencia de colocación. El Fib no, Fib... que es lo mismo... ellos tienen su forma de trabajar y no pasa nada, pero sí que es cierto... y lo de la integración lo del Fib. Lo del Rototom, lo digo porque la interculturalidad que tiene el Rototom es mucho mayor que la del Fib. Rototom, sabéis que el festival de Rototom, además de música incluye un montón de cosas y hay una sensibilidad mayor medioambiental, hay una mayor sensibilidad social, hay una cultura alternativa mucho más acuciada que el Fib, etcétera. Y todo esto sí que es cierto que enriquece, enriquece.” AV-A, 188

## **Burriana**

En el caso de Burriana, se habla de una interacción favorable desde un primer momento entre residentes y visitantes y aluden a que el perfil de los asistentes ha favorecido esta interacción.

“hay una vinculación entre la gente que viene y la gente local, sí que hay... vamos en el caso que yo conozco yo creo que sí, que sí que la gente se relaciona, colabora, ayuda, no sé. Yo siempre pongo un ejemplo ¿no? de Burriana, de gente que viene con caravanas y desde las casas les dan agua con mangueras para que se puedan ¿sabes? No, es verdad, quiero decir, conectan las mangueras de las casa para ayudarles ¿no? (...) Pero, eso ya va vinculado... pues con el perfil social de la gente que va. O sea, si ves malas pintas o... ¿sabes? no haces eso. Pero sí... yo creo que sí, que se están buscando como sinergias entre la gente que viene y la gente local, por ejemplo en este caso.” AVI-B, 259

Si bien el perfil de visitantes ha sido bien visto y bien acogido desde un primer momento, también el comportamiento de los residentes ha beneficiado esta buena interacción.

“los propios ciudadanos de Burriana se integran directamente en el festival, y han llegado incluso a acoger a gente en sus casas, para que estén incluso más a gusto. Por lo tanto, al cien por cien.” AIV-D, 133

Al mismo tiempo, el propio evento de puertas para adentro favorece la interacción entre los propios asistentes.

“Muchísimo. Son miles las personas que acuden al evento y los que vienen conocen a gente nueva de diferentes partes de España y de Europa.” AIII-C, 64

## **Benidorm**

En la ciudad de Benidorm se tiene en cuenta el festival como un elemento de interacción social más, dentro de la gran cantidad de circunstancias sociales que se viven en la localidad gracias a su gran capacidad turística.

“en Benidorm estamos muy acostumbrados a interactuar de forma social ¿no? Una de las ventajas que tiene vivir en Benidorm, en un sitio costero, no Benidorm, pero en especial en Benidorm, es que estamos acostumbrados a todo, y esto, pues es uno más.” AVF, 222

Si bien el festival sí se contempla como un evento festivo que favorece la interacción social dentro del propio recinto entre los asistentes, no se aprecia de la misma manera que favorezca la interacción de con los residentes.

“Quizá menos que otros festivales... el visitante al Low Cost, básicamente se relaciona cuando está en el festival... Pero otros festivales ofrecen otros espacios de convivencia que Benidorm no ofrece.” AIV-H, 169



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

### **5.3.6 ¿Actúan los festivales musicales en la actualidad más como un producto turístico, en comparación con otras décadas?**

Es un hecho en los tiempos que corren que la música y los festivales musicales propician desplazamientos turísticos. Este turismo musical ha sido cada vez más demandado durante la última década, lo que ha llevado al crecimiento en asistencia a este tipos de eventos y la aparición de más festivales en el afán de aprovechar el tirón de esta demanda y posicionar los territorios con una oferta singular y atractiva para un determinado tipo de público. El crecimiento cuantitativo de los festivales musicales ha llevado el turismo musical a las masas constituyéndose estos eventos como una de las más características formas de consumo cultural de la sociedad actual.

Recopilamos en este apartado, como podemos ver en la tabla 19, varias de las definiciones recogidas por González Ferrer (2006) en su trabajo *Conceptuación del Producto Turístico: Dar sentido al concepto para su gestión*.

**Tabla 19: Revisión conceptual de producto turístico**

<b>Autor</b>	<b>Definición</b>
Gilber, (1990)	«...amalgama de diferentes bienes y servicios ofrecidos como experiencia de actividad al turista... »
Perelló, (1991)	«Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos turísticos, equipamientos e infraestructuras, servicios, actitudes recreativas, e imágenes y valores simbólicos que ofrecen determinados beneficios capaces de atraer a grupos determinados de consumidores, para que satisfagan las motivaciones y expectativas relacionadas con su tiempo de ocio».
Consejo Federal de Turismo (1992)	«...integración de los recursos naturales y/o culturales con los respectivos servicios, en una unidad que justifique un desplazamiento turístico...»
Bordas, (1994)	«...un sistema capaz de hacer viajar a la gente para actividades de ocio que le satisfagan determinadas necesidades».
Middlenton, (1994)	«...el producto turístico tiene su principal insumo en el atractivo, en torno del cual giran una serie de elementos que permiten que se desarrolle la actividad turística en un espacio determinado. En un sentido más amplio el producto turístico es el conjunto de atractivos, equipamientos, servicios, infraestructuras y organizaciones que satisfacen una necesidad o deseo de los consumidores turísticos. Dicho producto es ofrecido en el mercado turístico y consumido en el lugar de prestación del servicio lo cual supone un desplazamiento del consumidor desde un lugar de origen a uno de destino y su posterior retorno al sitio de partida».

Valls, (1996)	«...el producto turístico se presenta como un conglomerado, una amalgama, una constelación de elementos tangibles e intangibles en particular. Entre los elementos tangibles se hallan los bienes, los recursos, las infraestructuras y los equipamientos; entre los intangibles, se encuentran los servicios, la gestión, la imagen de marca y el precio».
Furió, (2000)	«...una característica del producto turístico es que no es estrictamente elaborado por un único sector de actividad, sino por diferentes sectores productivos, y que no existe una actividad que realice, de modo completo, el ensamblaje final del producto turístico. Aunque muchos agentes, especialmente los touroperadores, ofrezcan productos finales bajo la forma de paquetes turísticos, es el propio consumidor turístico quien, en última instancia, elabora su propio producto sobre la base de los ingredientes que le ofrecen los agentes productores turísticos».
Zárate y Hugo, (2003)	«...son aquellos recursos turísticos que cuentan con infraestructura y servicios que permiten el desarrollo de actividades turísticas».
López Sobejano, (2004)	«...el producto turístico engloba varios subproductos, una marca con una completa cartera de productos. Esos subproductos representan el verdadero valor añadido del producto...compuesto de una serie de recursos que lo hacen atractivos (playas, clima agradable...) y una serie de servicios y equipamientos que permiten al turista disfrutar de los recursos...dotados de infraestructuras adecuadas para que sus atractivos puedan ser disfrutados»

Fuente: González Ferrer, (2006:43) a partir de los autores citados.

En el capítulo IV de esta tesis se presenta un resumen de la evolución musical y los principales festivales musicales desde la década de los cincuenta hasta la actualidad. En este apartado damos respuesta a si esa evolución ha derivado en la actualidad al uso de estos eventos como productos turísticos, las diferencias en las motivaciones que movían a los asistentes a acudir a un festival y las motivaciones actuales y la visión que se tiene en este sentido desde el punto de vista de los diferentes agentes que participan en estos eventos, tanto organización, administraciones públicas, público asistente, organizaciones y empresarios, expertos en el sector y prensa.

De manera indudable se coincide en la visión de estos eventos en la actualidad como un producto turístico.

“antes supongo que se organizaban los festivales y la gente iba o no iba, decidía ir o no ir. Ahora ya se venden las cosas, se organiza el festival y al mismo tiempo se vende el festival, no la actuación en sí, sino que se vende el paquete de la actuación más el hotel, más otras cosas, ¿no? Y en ese aspecto sí que tiene más un enfoque digamos, ya de venta del producto todo en su conjunto.” AIV-F, 147

“Ahora simplemente es un producto turístico. Tú estás ofreciendo un producto para que la gente lo consuma.” AIV-I, 176

“turístico y económico, eso es lo que queda ahora, ¿no? Aunque algún festival queda también de cierta reivindicación y cierta...” AIV-H, 170

Aun coincidiendo en el posicionamiento de los festivales culturales como un valor turístico para la Comunidad Valenciana, no se ve una unión entre los mismos como parte de la oferta cultural y turística del mismo territorio.

“si nuestro destino tiene que ser un referente turístico de festivales, no queramos vender... porque al final, lo que pase en Benicasim, lo que pase en Burriana, lo que pase en Benidorm, es todo un territorio. No creo que se tuviera que trabajar como entes separados, o sea, ¿queremos que nuestra comunidad sea un referente en festivales turísticos en verano?, tenemos que ir de la mano.” AVI-B, 261

“En el caso de la Comunidad Valenciana, es una de las que el gasto en cultura representa un mayor porcentaje sobre el presupuesto total, y conociendo la política cultural y cuál es el panorama, y que está pasando. ¿Dónde se invierte este gasto cultural? Entonces claro, la única explicación es los grandes equipamientos que se han llevado a cabo, los grandes eventos que han dado una... que han buscado más que... crear un tejido cultural en el territorio, han buscado ser más una fachada.” AVI-F, 279

Se reconoce una evolución de estos eventos hacia un producto comercial y turístico que no tanto era así en décadas pasadas.

“Sí. Las crónicas de Woodstock hablan de que el ambiente era fraternal y político, ahora en Benicassim es más bien turístico y relacionado con la distinción cultural. Dicho esto, posiblemente el Rototom sea el festival que mejor integra música y política en el que he estado.” AII-D, 37

Si bien es cierto que en la última década ha habido un cambio muy notable en cuanto a estos eventos, la evolución de los mismos hacia el cambio ha ido teniendo lugar a lo largo de toda su historia.



“Y respondiendo concretamente a las expectativas que tenían los festivales en los 60, 70, es que ya habían cambiado en los 80. ¿Sabes lo que te digo? O sea, los festivales cambiaron en los 80 y han cambiado durante los 90, el problema es que aquí no somos conscientes de este cambio, de esta evolución, porque nos agarramos a este punto de la industria del espectáculo más tarde. La primera edición del festival de Benicasim es del 95, pero los festivales ya en los 80 o en los 90, ya no tenían ese punto que pudiera tener por ejemplo Woodstock. No lo tenían y ni el que quizás tuviera Glastombury en las primera ediciones a principios de los 70.” AIII-A, 53

Se da un valor más cultural, artístico e incluso reivindicativo a los festivales musicales de épocas pasadas.

“Y ahí, sí que creo que los festivales de los años sesenta, sí que eran aspectos más culturales, ¿vale? Por la coyuntura social de aquella época, etcétera, etcétera, pero ahora son productos puramente comerciales.” AVI-B, 260

“yo entiendo que la gente que hace 20, 25, o 18 años, apostó por este tipo de cosas, que buscaba algo más de lo que creo que la gente que estamos ahora mismo metidos en este sector.” GD-1, 303

“Las fiestas de la década de 1970, especialmente en pop, son eventos íntimamente ligados a un nuevo mundo con las tradiciones, pero sin ninguna preocupación económica o turística (ver El caso ejemplar de Woodstock). Los festivales de 1980 se basan predominantemente en los objetivos artísticos y culturales, con miras al desarrollo territorial. Estas son las mismas personas que, en la década de 1990, comenzaron a justificar sus acciones en términos de desarrollo turístico, atractivo, etc. Los nuevos, creados en la década de los 2000, se basan tanto en la cultura como en un sector económico como motor del desarrollo territorial y el turismo. Así que estos son algunos de los mismos festivales que nacidos en una perspectiva privada, se convierten en objetos culturales, económicos y turísticos.” AVI-D, 269

“Y hace 20 años los festivales, yo creo que nacían también un poco por inquietud. Y porque, al que monto Rototom, le gustaba esa música y se juntaba con gente que le gustaba esa música.” GD-1, 345

De manera generalizada se coincide en el carácter claramente comercial de los festivales de música en la actualidad. Si bien es cierto que son eventos con una característica cultural, se alude más bien a productos exclusivamente comerciales donde el atractivo cultural y musical es tratado como algo secundario.

“Antes de periodista he sido oyente sencillamente. Entonces, me gusta más ir a los festivales por el cartel por el atractivo que puedan tener determinados conciertos que por el follón en sí. Porque, de hecho en los festivales hoy en día, es un sitio donde no se puede disfrutar muy bien de los conciertos, porque hay demasiadas distracciones que hacen que la música no sea lo realmente importante, o lo único importante.” AVI-A, 244

“... han derivado en parques temáticos de música, donde además van circulando grupos bastante similares de un festival a otro. Los carteles cada vez son más parecidos entre si y de un año a otro también, y en fin es... Pero de todas formas, a nivel turístico pienso que sigue siendo interesante para esas poblaciones.” AVI-A, 244

“Uno es un *business* puro y duro, como es el Fib. Ha ido pasando de manos, se ha especulado con él. Son, digamos tiburones financieros que gestionan un festival como producto, como podría ser cualquier otra cosa, y bueno se gestiona desde Londres, de Madrid, desde fuera. Vienen un buen día, montan un festival, hacen mucho ruido... Con todos los respetos ¿eh? yo soy asiduo del festival y me gusta y soy cliente digamos, desde el minuto cero. Pero, hacen un producto muy bien hecho, muy bien elaborado. Ha ido creciendo, no obstante ¿eh? el Fib no es una cosa que... ha empezado de cero, con una filosofía, una idea y un espíritu y ha ido evolucionando.” AV-D, 203

“Indudablemente, todo festival de esta magnitud depende económicamente del número de asistentes que "logre captar", por lo que se venden como producto turístico, lo que no quita que puedan tener también pretensiones reivindicativas.” AII-E, 39

“Sí, pero lógicamente sí que es un producto turístico, claro. Hoy en día, de hecho hay empresas dedicadas a vender los paquetes de los festivales, todo incluido y tal. Sí, por supuesto que es un producto turístico.” AIV-C, 125

“Sí, es un paquete turístico total, de hecho ya se venden en tiendas, en agencias de viajes.” GD-1, 375

De manera general salvo excepciones, como es el caso del Rototom, son vistos además de como productos comerciales, como eventos mercantilizados y condicionados por las marcas.

“tendrán un componente cultural, pero son claramente productos que nacen del marketing, y solo hay que ver como son las únicas actividades culturales que siguen a día de hoy existiendo y viviendo gracias al apoyo de grandes marcas.” AIII-D, 70

“están totalmente fagotizados por las marcas y por... en fin, por la economía de mercado en la que estamos todos metidos vaya, que no nos salvamos nadie ¿no? Pero, definitivamente, los festivales como el Arenal y el Fib y bueno... Valencia y el Low Cost, todos los que conocemos más multitudinarios, realmente son festivales, pues bastante comerciales claro, que tienen que... se han tenido que buscar la financiación a través de las marcas y eso condiciona muchas cosas y mercantiliza muchas otras cosas también.” AVI-A, 250

La evolución y el cambio de este tipo de eventos como productos es contemplado algo evidente. Claramente se ha visto en este tipo de eventos una oferta atractiva para atraer turismo y en el caso de la Comunidad Valenciana funcionan de manera exitosa y creciente. Las causas de considerar estas citas musicales como un producto comercializable de éxito son varias.

En un primer lugar la facilidad a la hora de obtener información a través de internet ha popularizado los festivales.

“y esa globalización, la información en internet, yo creo que sí que ha hecho que realmente hayan ido cambiando quizás un poquito su naturaleza, y que tengan una dimensión turística hoy en día que no podían tener, y no tenían hace unos años. También estoy pensando, eso lo dirán mejor los sociólogos, porque los consumos culturales en general se han popularizado, ya no son consumos solo de una elite económica, social y cultural, sino que hoy en día, bueno, pues el acceso afortunadamente...” AVI-G, 297

“en los últimos años hasta los propios organizadores se han sorprendido de la capacidad de atracción turística que tienen. Es que realmente, en muy poquitos años se han convertido en un fenómeno, sobre todo para la gente joven impresionante.” AVI-G, 296

De unos años a esta parte se ha producido un aumento cuantitativo en el número de asistentes a este tipo de eventos, provocando a su vez un aumento de los festivales en

vista de la demanda creciente. A su vez se sitúa uno de los atractivos para asistir en que es una moda y eso genera una asistencia masiva comprendiendo de nuevo el carácter cultural y artístico del evento como algo secundario.

“el otro día me enviaron una revista que es un catálogo a nivel de toda Europa, de todo el mundo, de festivales y Benicasim estaba ahí, o sea que es importante, pero es que era... son hojas y hojas y hojas y venga festivales. En toda Europa, ósea hay cientos de festivales, entonces la oferta es enorme y en España es donde más ha aumentado. Los últimos años ha aumentado muchísimo y claro eso también, pues se nota. A nivel que no se integran tanto porque han elegido a ese público, me refiero en cuanto al Fib, el Rototom se integra más, interactúa más con la población.” AIV-C, 124

“Si vemos la evolución de los últimos 4 o 5 años para ahora, han surgido festivales, pero como setas, por un montón de sitios.” GD-1, 302

“Yo creo que es una moda también. Que es cierto, que los últimos tres años, o cuatro años, alguien que no va a un festival, es como un poco raro... Hace 20 años, el que iba a los festivales, era el raro... Y ahora, el que no va a un festival, dice; ¡Ah!, pues, ¿no has ido al Low Cost? Dice; No. ¿No has ido al SOS nunca? ¿Nunca has ido a un festival? Eres un raro. Está un poco de moda.” GD-1, 311

“Y yo pienso que los festivales es una moda y es “postureo”. O sea, vamos a los festivales, porque todo el mundo va a los festivales, y nos vamos a lucir el palmito y a pegarnos la fiesta.” GD-1, 314

“Al final explotará. Ahora mismo hay millones de festivales. Irá cayendo por su propio peso... Son todos iguales, porque son todos comerciales.” GD-1, 321

“todo lo que se mueve en torno a la música y a los eventos y a los festivales... Dentro de 20 años igual los festivales han desaparecido. ¿Por qué? Pues vete tú a saber, es una gran moda... Quedarán, quedarán cuatro.” GD-1, 373

El hecho de que sea una moda, resalta la idea de que tendrán una asistencia masiva independientemente de la importancia que se le dé al carácter musical y artístico, viéndose una vez más como algo secundario en el evento.

“Lo que sí que es cierto, es que desde luego, lo que la gente está comprando es el concepto de festival. A veces, nos comemos mucho la cabeza los que montamos algo con el tema del cartel. Con este disyóquey, con este grupo, y tal. Y a mí me da la sensación, que en muchas ocasiones, no voy a decir que dé igual que pongas a Manolo Escobar que a Lori Meyers.” GD-1, 312

“Una prueba de ello puede ser el nuevo efecto que hay ahora. Todos los festivales venden la entrada reducida sin tener cartel, y encima venden entradas, porque la gente no le importa absolutamente nada los grupos que vayan.” GD-1, 312

“O sea, desde el fenómeno moda, que invita a la gente a ir a un evento, como dice Lalo. Y, disfrutar de un evento, al margen del cartel que hay, como desde el punto de vista de la organización ¿no? Que, apuesta por una rentabilidad en pro de la originalidad ¿no?” GD-1, 313

“Yo creo que hay un efecto borrego también, ¿no? Que la gente va en masa, con lo que hemos comentado antes de que el cartel ha perdido importancia. Ha perdido mucha relevancia en cuanto al público que acude a los festivales, y un ejemplo muy claro lo tenemos en todo el movimiento, porque es casi una cultura, ¿no? Del EDM, del moderneo, del postureo, de tal, en el que se repiten de forma asidua.” GD-1, 331

“Va a triunfar, de hecho es la moda ahora.” GD-2, 409

Los festivales se han popularizado y abierto a una masa de gente que antes no acudía a este tipo de eventos. Ha cambiado el target de gente que acude a este tipo de eventos hacia un público con tendencias musicales más *mainstream*.

“se ha cambiado el target de la gente. El público objetivo de los festivales desde, digamos de los 90 a día de hoy. Si vamos a una radio, escuchamos los programas de radio del año 98, vemos el género *mainstream* que había entonces y de ese género no había absolutamente ningún festival... Sin embargo, ahora vamos a escuchar los 40 principales y vamos a oír que los grupos que están sonando ahí, son los de los festivales de ahora. Tal vez el público de los 90 era más exclusivo, y no era pequeño, era grande, porque hay festivales bastante grandes de la época, que de hecho, aún continúan.” GD-1, 310

Se coincide en la idea de que se han convertido en eventos más sociales que musicales, donde aunque el motivo principal de celebración es la música en directo, este adquiere menos relevancia frente a vivir la experiencia. La explotación de experiencias efímeras representa una oportunidad única e irrepetible.

“Eran mejores consumidores, su motivo principal era el festival, era escuchar música, no la experiencia de estar con los amigos y beber que es la que hay ahora. Que, es la que fomenta que haya botellón, simplemente, porque lo de la música es lo de menos. Es secundario, o tercero, o cuarto en preferencia. Y, lo primero es estar con los amigos y botellón, que le da igual aquí, que allá, que en cualquier ciudad.” GD-1, 311

“Es un poco el evento social, ¿no? De ir con los amigos...” GD-1, 325

“Hay gente que va a ver al artista, pero en el caso de los festivales hay mucha gente que va a comprar el paquete. Lo que compra es una experiencia.” GD-1, 326

“yo creo que compran básicamente la experiencia, de verdad. Porque, además, si tú te das cuenta, si coges los festivales... y con que vayas a dos festivales, me refiero un poco al circuito, ¿vale? Con que vayas a dos festivales, ya has visto a todos los grupos.” GD-1, 327

“Yo estoy de acuerdo y me parece súper paradójico... Porque es un festival de música. La música es cultura... Y que estemos hablando de que lo último que hay es cultura... Que no tienen interés. Un porcentaje muy grande, porque se ha homogeneizado todo y se ha convertido en una fiesta, en un evento...” GD-1, 367

“Hoy en día, yo pienso que los festivales es la fiesta, lo que... Volvemos al principio del todo, es la fiesta, el botellón y el postureo.” GD-1, 365

“todos vamos por grupo, que te importa menos la música, y que al final se ha convertido en algo muy social... yo creo que el Rototom sí, por ejemplo. Yo creo que es un festival que yo creo que sí que ofrece muchas más cosas que... y es muy muy segmentado, creo que sí que... sí que...” GD-1, 365

Tanto es así, que los festivales se han homogeneizado, tienden a estilos musicales más comerciales para llegar a una mayor cantidad de gente e incluso son muy similares en cuanto a carteles que tienden a repetirse de un festival a otro.

“hace años eran un poco más exclusivos y para una minoría de gente ¿no? Las propuestas no eran tan repetitivas como hoy en día” GD1, 300

“¿Hay festivales que marcan cosas distintas? Sí, pero, ¿dónde está la gran mayoría? Pues la gran mayoría se ubica aquí, y al final tú tienes que ir a trabajar con eso. Pero, que la percepción del mundo de la música no es lo mismo.” GD-1, 372

“Pero cuando ves un poco las tendencias y las propuestas que hay, y lo repetitivas que pueden llegar a ser en muchos casos...O sea, eso sí que no aporta tanta cultura”. GD-1, 369

“Cógete los temas de las bandas españolas y ponlas... Echa encima de la mesa todos los éxitos y dime para alguien que sea neófito, que no sepa quién es cada uno. Dile: Oye... y dice; ¡Ah! Prácticamente, puede decir, no, si es la misma banda. Porque el perfil de la música que está sonando ahora mismo, del indie...” GD-1, 369

“Tú escuchas a los grupos de los festivales en el Corte Inglés cuando vas a comprar... Eso hace 20 años no pasaba. Hace 20 años no escuchabas a un grupo que tocara en un festival. No lo escuchabas ni en el Corte Inglés, ni en los 40 Principales.” GD-1, 322

Dentro de esta tendencia se coincide con la idea de que los festivales son cada vez más repetitivos y parecidos entre sí convocando a los mismos grupos y vendiendo una experiencia muy parecida.

“Si es que los carteles son prácticamente iguales. Yo creo que la gente ahora compra por no ser el raro. Os lo he dicho antes, hace 20 años el que iba a un festival era un raro. Decías; ¿este?, ¿a un festival?, ¿eso qué es?” GD-1, 328

“La gente... tampoco tiene... Un gran porcentaje no tiene una cultura musical, ni tiene esas ansias por descubrir música nueva. La gente, ahora se deja llevar, y ve los festivales... Incluso se relativiza un poco lo que es la música por una cultura, ¿no? De alguna forma...” GD-1, 332

“De lo que montes, hay público. Pero, ¿dónde está la gran masa de público ahora?, ¿dónde está realmente el calavero de gente? (...)”

Carlos A: Pero, es que para mí el indie... Para mí, es un poco sinónimo de comercial, o sea...

José María: Yo, para mí el indie hoy en día, el indie es simplemente una moda.” GD-1, 333

*“¿Por qué creéis que se da esta repetición de artistas en el circuito de festivales?”*

Chus: Porque es lo que vende.

Lalo: Porque apuestan a seguro. La gente apuesta a seguro.

Antonio: Comercial, marketing. Marketing puro, por encima a calidad musical.” GD-1, 330

Arenal Sound, Low Festival y FIB, entran dentro de los estilos musicales mayoritariamente exhibidos en festivales y por tanto los que más repeticiones de grupos y artistas contienen en sus carteles. Las siguientes imágenes muestran los carteles comprendidos entre el año 2010 y 2015 de estos tres de los festivales que se clasifican dentro de los estilos musicales, indie, pop y electrónica.



## Arenal Sound 2010-2015



Imagen 4. Cartel 2010 Arenal Sound

73



Imagen 5. Cartel 2011 Arenal Sound

74

<sup>73</sup> Imagen tomada en: Consulta los ganadores del abono GRATIS para el Arenal Sound en Burriana. (s.f.) (En línea). En: [http://www.levante-emv.com/especiales/concursos/articulos/conciertos/consulta-ganadores-abono-gratis-arenal-sound-burriana-12\\_4397.html](http://www.levante-emv.com/especiales/concursos/articulos/conciertos/consulta-ganadores-abono-gratis-arenal-sound-burriana-12_4397.html)

<sup>74</sup> Imagen tomada en: Arenal Sound 2011: cartel definitivo, con Love of Lesbian, Hurts, Zombie Kids y más. (25 de mayo de 2011) (En línea). En: <http://bandalismo.net/spip.php?article1170>



Imagen 6. Cartel 2012 Arenal Sound

75



Imagen 7. Cartel 2013 Arenal Sound

76

<sup>75</sup> Imagen tomada en: El Arenal Sound anuncia su cartel por días. Cartel por días del Arenal Sound (10 mayo, 2012) (en línea). En: <http://www.elenorabioso.com/2012/05/cartel-por-dias-del-arenal-sound/>

<sup>76</sup> Imagen tomada en: Últimos días para comprar tu entrada para el Arenal Sound 2013. (s.f.) (En línea). En: <http://iamheremagazine.com/ultimos-dias-para-comprar-tu-entrada-para-el-arenal-sound-2013/>



Imagen 8. Cartel 2014 Arenal Sound

77



Imagen 9. Cartel 2015 Arenal Sound

78

<sup>77</sup> Imagen tomada en: Die Antwoord, cabezas de cartel del Arenal Sound 2014. (s.f.) (En línea). En: <http://musikorner.com/2014/02/12/die-antwoord-cabezas-de-cartel-del-arenal-sound-2014/>

<sup>78</sup> Imagen tomada en: García, A. (28 Febrero 2015). Nuevas confirmaciones para el cartel del Arenal Sound 2015. (En línea). En: <http://musiczine.es/noticias/6765-nuevas-confirmaciones-para-el-cartel-del-arenal-sound-2015>



## Low Festival 2010-2015



Imagen 10. Cartel 2010 Low Festival

79



Imagen 11. Cartel 2011 Low Festival

80

<sup>79</sup> Imagen tomada en: LOW COST FESTIVAL: MÚSICA EN VIVO, CARTEL DE CALIDAD, PRECIO ASEQUIBLE (20 julio 2010) (en línea). En: <http://www.fashionalistas.com/low-cost-festival-musica-en-vivo-cartel-de-calidad-precio-asequible#sthash.00OibNcm.dpuf>

<sup>80</sup> Imagen tomada en: Publicados los horarios del Low Cost 2011. (s.f.) (en línea). En: <http://www.mysofa.es/2011/07/publicados-los-horarios-del-low-cost-festival-2011>



Imagen 12. Cartel 2012 Low Festival

81



Imagen 13. Cartel 2013 Low Festival

82

<sup>81</sup> Imagen tomada en: Low Cost 2012 – Horarios (12 julio 2012) (en línea). En: <http://www.dodmagazine.es/low-cost-2012-horarios/>

<sup>82</sup> Imagen tomada en: Festival Cost. (s.f.) (en línea). En: <http://lareputada.com/tag/festival-low-cost/>



Imagen 14. Cartel 2014 Low Festival

83



Imagen 15. Cartel 2015 Low Festival

84

<sup>83</sup> Imagen tomada en: La pulsera inteligente de Low Festival 25,26, 27 de julio Benidorm (Valencia) (12 de junio de 2014) (en línea). En: <http://www.beevoz.com/2014/06/12/la-pulsera-inteligente-de-low-festival-252627-de-julio-benidorm-valencia/>

<sup>84</sup> Imagen toda en: <http://lowfestival.es/cartel/cartel-2015/>



## Festival Internacional de Benicasim 2010-2015



Imagen 16. Cartel 2010 FIB

85



Imagen 17. Cartel 2011 FIB

86

<sup>85</sup> Imagen tomada en: El FIB de Mr. Power nota la crisis pero tira de cartel. (13 mayo 2010) (En línea). En: <http://www.nomepierdoniuna.net/el-fib-de-mr-power-nota-la-crisis-pero-tira-de-cartel/>

<sup>86</sup> Imagen tomada en: FIB 2011 ...y cartel del FIB 2011 cerrado. (16 junio 2011) (En línea). En: <http://www.alababarada.com/y-cartel-del-fib-2011-cerrado>



Imagen 18. Cartel 2012 FIB

87



Imagen 19. Cartel 2013 FIB

88

<sup>87</sup> Imagen tomada en: El FIB 2012 presenta el cartel por días. Benicàssim cifra en 21 millones el impacto del Festival Internacional de Benicàssim con Bob Dylan como principal reclamo. (19 abril 2012) (En línea). En: <http://www.lasprovincias.es/20120419/mas-actualidad/cultura/presenta-cartel-dias-201204191456.html>

<sup>88</sup> Imagen tomada en: Pese a todo, hay. FIB 2013 (8 junio 2013) (En línea). En: <http://www.nomepieroniuana.net/pese-a-todo-hay-fib-2013/cartel-del-fib-2013/>





Imagen 20. Cartel 2014 FIB

89



Imagen 21. Cartel 2015 FIB

90

<sup>89</sup> Imagen tomada en: Moyano, V. (20 mayo 2014) FIB: The Libertines cabezas de cartel y anunciado el cartel por días. (En línea). En: <http://www.festinfo.es/fib-libertines/>

<sup>90</sup> Imagen tomada en: Román, J. (14 mayo 2015). Nueva ronda de confirmaciones del FIB 2015. (En línea). En: <http://nosgustalamusica.com/nueva-ronda-de-confirmaciones-del-fib-2015-3/>

## **Benicasim**

Benicasim cuenta con dos de los principales festivales en cuanto a asistencia y longevidad y es una localidad pionera en el manejo de estos eventos como herramienta de atracción de turismo.

Comenzando por el Fib, el primer festival con el que empezaron a trabajar, se habla de una evolución desde los inicios del festival, en 1995, hasta nuestros días. Un cambio en cuanto a los asistentes al festival, cada vez más jóvenes y mayoritariamente británicos, con un poder adquisitivo menor y cambios en cuanto a la organización del festival que empezó siendo contemplado como un evento de estilos musicales menos comerciales en España, que acercaba tendencias musicales vanguardistas en Europa.

“Lo ha ido perdiendo, lo ha ido perdiendo, pero a nivel social, lo que pueda representar a nivel turístico, económico, yo lo veo totalmente positivo.” AVI-A, 251

“Pues hubo unos años que en el festival había codazos para ver cualquier concierto a las cuatro de la tarde, y eso forma parte ya de la historia. Ahora, hasta después de cenar no hay mucho público en el Fib, porque el 70% del público es británico, están a lo que están, y hasta que no llegan los cabezas de cartel, que son los que les mueven del botellón de la tienda de campaña, pues no se ve ambiente. No se ve un ambiente proactivo, de ir a conocer bandas que no conoces, de... en fin... más centrado en el aspecto musical que en el festivo. Yo cuando iba con 18 años al festival, no iba a misa, obviamente, pero ibas con actitud de... hablo... te estoy hablando en primera persona, pero era la actitud general que tenía el público en la primera década del festival. Ibas a ver muchos grupos a ciegas, que te sorprendían, que luego te terminabas comprando el disco y eso ampliaba tú... no sé, tu *background* ¿no? Tú bagaje musical totalmente, y eso con los años el Fib...” AVI-A, 251

“cuando tenía esa oferta un poco más de exclusividad, pues los establecimientos de hostelería, que es lo que te he comentado, sí que notaban esa afluencia y que tenían una capacidad económica y un poder adquisitivo más alto. Entonces, eso se notaba mucho y esa persona, pues iba a un museo, cogía un taxi, iba a comer, luego iba... pues a tomar una copa por la noche, sin embargo al bajar la capa... Lo que te digo, si tienes ya esa estrategia, cambias la estrategia, te vas a buscar un público más joven, tienen una capacidad muy limitada.” AIV-C, 123

Coinciden también en que además de la evolución natural del festival, el cambio de gerencia del festival ha derivado en una alteración para el evento que ha supuesto verlo desde un punto de vista meramente comercial.

“el Fib, vamos para nada tiene esa parte reivindicativa, para nada. De hecho, lo que podía tener reivindicativo de antes, en cuanto hubo el cambio, esto tampoco está bonito decirlo, pero bueno, en cuanto hubo el cambio de dirección, de dueño, de gerente, también cambio el escenario verde.” AIII-C, 31

“es un producto turístico... La caída de uno de estos festivales, pues no se la quieren permitir ningún político, porque independientemente del impacto económico que pudiera tener,... nos hemos dedicado simplemente a darles de comer a unas empresas, que ya comen por si solas, o sea...” AV-B, 197

“el Fib se ha convertido en un *business*, en un negocio en sí mismo. El cariñito hacia Benicasim se ha perdido, que al principio sí que estaba, el Rototom no es tanto así. Rototom, ya te digo que se involucra a nivel social, en el tejido social, en su ideario, figura, el aportar a la comunidad donde tiene lugar y enriquecerla, pues, en fin, tiene otra forma de ser y los otros no, los otros vienen en los días antes, montan y se van.” AV-D, 211

El caso del Rototom es el que más se aleja de la concepción del festival como producto comercial, si bien es el festival con más asistencia de España (situado el en primer lugar de TOP 10), la filosofía del mismo dista bastante de los demás eventos objetos de este estudio. Los entrevistados coinciden en situarlo como un festival involucrado en el tejido social que actúa no solo durante los días que tiene lugar la cita, sino durante todo el año. Apoya movimientos sociales, realiza foros de debate y charlas de personalidades de interés social aun cuando no tengan relación con el mundo de la música. El festival además carece de patrocinadores, lo cual en un evento de su magnitud es prácticamente imposible de ver.

“el Rototom, en muchos aspectos mantiene... mantiene bastante esa esencia, porque hasta hace un año lo organizaba una asociación sin ánimo de lucro, no hay marcas, no tienen patrocinios. Eso, lo han mantenido no tiene ningún tipo de patrocinio, el festival, los precios de todos los servicios que se ofrecen en el festival son muy razonables, tanto las bebidas, como la comida, como cualquier cosa que te puedas imaginar dentro del recinto tiene precios muy populares, y digamos que... y toda la parte del foro social, todas las

charlas que se dan en el foro social son... han estado muy vinculadas al 15M, a movimientos sociales... en fin, es un festival que está,... sí que mantiene un poco más esa esencia lo que pasa es que, claro, cuando un festival empieza a traer a cifras de público que van más allá de los 20.000 asistentes, pues claro, esa esencia es muy complicada mantenerla en pureza, digamos ¿no? Pero vaya, el Rototom es un festival que sí que trabaja... o sea, que sí que se cree eso, y que sí que lo pone en la práctica en muchas cosas. Que hace... por ejemplo, todos los productos que se venden en el festival, se intenta que sigan la política de kilómetro cero, que sean productos de la zona, que no hayan tenido que transportarse de largas distancias. En fin, tiene muchos detalles que lo diferencian totalmente de festivales como el Fib y el Arenal.” AVI-A, 249

“el agua para nosotros no puede ser un motivo de lucro, tiene que ser un derecho. Así que, todos los bares que venden agua dentro del recinto, no pueden venderla a más de un euro la botella.” AIII-B, 61

“el Rototom sería un ejemplo de un festival que sigue manteniendo ese afán reivindicativo y de crear conciencia y todo eso, con el hacer dinero (...) por ejemplo o se promueve muchísimo el reciclaje, se intenta mucho el kilómetro 0, utilizar productos de cerca. Rototom intenta todo... el agua es de aquí al lado, de un pueblo de aquí, todo se intenta que sea sostenible. Tiene por ejemplo... ahora no recuerdo, pero intentan crear sistemas ecológicos.” AIII-C, 32

De los cuatro festivales, Rototom es el único cuyo estilo musical se aleja más de las tendencias musicales más *mainstream*. El estilo principal del festival es Reggae mientras los otros tres se basan principalmente en pop, indie y electrónica.

“Sí, yo creo que la tendencia es... en el sentido de que cuando tú llamas a un artista, por ejemplo en el mundo pop muy conocido, esto produce entradas y tickets. Y cuando tú llamas a algo muy cultural, eso no produce tickets, no produce entradas, pero sí que produce gastos. Así que la gente, los promotores siempre están atentos a gastar menos y a recaudar mucho. Y nosotros no, porque este festival ha salido como un encuentro de gente que sueña un mundo mejor, y alrededor de esto hemos montado el festival. Al revés de lo que pasa normalmente en otros festivales ¿no?” AIII-B, 60

“Elegir los artistas, que nosotros intentamos elegir los artistas más interesantes, no los más queridos. No los artistas que comportan más entradas. Hasta la política de los precios, del precio político”. AIII-B, 61

Los casos de los festivales Arenal Sound de Burriana y Low Festival de Benidorm comenzaron su andadura durante lo que se podría llamar el boom turístico de los festivales. Comenzando en los años 2010 y 2008 respectivamente entran a formar parte de un circuito de festivales que ya son valorados como importantes herramientas de atracción turística.

## **Benidorm**

En el caso de Benidorm, ciudad dedicada al turismo y con gran experiencia en el sector, el festival es visto como una de las ofertas que propone el destino para diversificar su oferta.

“para mí es un producto. Cualquier producto que se trae aquí que atrae gente, es turístico.”  
AV-H, 240

“es un producto que nosotros lanzamos para atraer gente y para ganar dinero, es decir, aquí no hay ningún tipo de reivindicación, eso ya se acabó. Y bueno, ningún tipo de ser altruistas en el tema, aquí es meramente dinero.” AV-F, 222

## **Burriana**

Arenal Sound Festival nace en el año 2010 con el mismo propósito, uniéndose a una oferta “turismo de festivales” que ya empieza a estar consolidado en la Comunidad Valenciana. El presidente de la Diputación de Castellón, en 2014, Javier Moliner destacaba: “el valor que tiene para el turismo provincial la consolidación de un festival que se ha posicionado como uno de los más multitudinarios de nuestro país y que cuenta con unos antecedentes de en torno a 20 millones de euros de impacto económico y la generación de cerca de un millar de puestos de trabajo directos. El respaldo de la Diputación a esta iniciativa se consolida conforme su trayectoria, con esta quinta edición, constata tremendo efecto positivo que tiene en la generación de valor de marca turística nacional e internacional para la provincia de Castellón”<sup>91</sup>.

---

<sup>91</sup> Prensa Diputación de Castellón. (30 de julio de 2014) Moliner destaca la consolidación del Arenal Sound como generador de valor de marca turística internacional de la provincia. En:

“Sobre todo porque cada vez más, el fenómeno turismo de festivales o el fenómeno de gente que se mueve por los festivales es mayor... sobre todo nos está ayudando a posicionar la marca Comunidad Valenciana a lo largo del todo el territorio nacional.” AIV-D, 133

“Arenal Sound, al celebrarse en la playa, es visto por muchos jóvenes como unas vacaciones en la playa.” AIII-C, 64



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

### **5.3.7 ¿Qué motivaciones llevaban en décadas anteriores a asistir a un festival y que motivaciones llevan ahora?**

En cuanto a las motivaciones que llevaban y llevan a día de hoy a asistir a un festival se detectan muchas diferencias entre los dos grupos de debate. El grupo de debate 1 (formado por organizadores y asistentes a festivales desde hace más de una década), sitúan el cartel del festival como la primera motivación que les llevaba a acudir a un festival.

*“¿Qué motivaciones os llevaban hace diez años a ir a un festival?”*

Carlos S: Los grupos, los grupos.

Chus: Es que si no... Claro.

*¿Única y exclusivamente?*

Antonio: Sí, bueno, yo un poco todo, realmente. Pero, principalmente...

Carlos S: Sí, hombre claro, es una experiencia, en conjunto.

Antonio: Es una experiencia en conjunto y sí que por el grupo la gente con la que...” GD-1, 324

*“¿La primera motivación, digamos, sería...?”*

Carlos S: El cartel.

Antonio: El cartel.

Carlos A: El cartel.” GD-1, 324

Dando respuesta a qué motivaciones hay en la actualidad a la hora de ir a un festival, coinciden en posicionar el cartel como algo secundario, dando más importancia a la experiencia, la fiesta y conocer gente.

*“¿Cuáles son las motivaciones que creéis que mueven ahora a la gente joven a asistir a un festival?”*

Lalo: Yo, lo tengo...

Carlos S: La experiencia.

Chus: La experiencia.

Carlos S: La experiencia de estar con los amigos.

Antonio: Conocer gente, la fiesta, más que música...

Chus: Beber.” GD-1, 326

*“¿Por qué cada vez la gente está más interesada en ir tanto a festivales?”*

Celia: Por el ambiente.

Andrea: Por la moda.

Irene: Sí, la moda, sí.

Celia: Sí, toralmente.” GD-2, 411

El grupo de debate 2 (formado por gente joven entre 19 y 20 años, que asisten a festivales en la actualidad), sitúan el ambiente como su primera motivación. Posicionan el hecho de acudir a los conciertos que ofrece el festival como algo secundario, valoran más la vida que hacen en el camping, la gente que conocen y el ambiente.

“Yo creo que sobre todo también la gente, el... Porque yo... lo que he dicho, que la música en verdad... que vamos a uno o dos conciertos al día y sobre todo hacemos vida en el camping y con la gente que conocías y tal.” GD-2, 392

“Sí, o sea lo veo algo... hay que ir al concierto, porque ya que pagas... pagas tu entrada para el concierto, hay que ir y disfrutar eso también, de la experiencia, pero que me daría igual oír un tipo de música que otro, porque yo... para la música... no tengo... me gusta todo.” GD-2, 392

Alicia: O sea, la convivencia entre tus amigas, la experiencias nuevas.

Celia: Claro, nos unió un montón.

Alicia: Estar 24 horas juntas “pa aquí pa allá” de conciertos, al parking. Conoces un montón de gente.

Irene: Sí, y nos hicimos muy amigos de los de al lado.” GD-2, 404

“Después de haber ido valoro más la experiencia y todo antes que los conciertos. Que también me lo he pasado muy bien, pero a lo mejor íbamos a uno o dos conciertos al día, el resto del día me lo pasaba genial y estábamos en el camping, o en la playa, o...” GD-2, 389

“Fuimos las cuatro, y era porque era todo el día ahí, en el parking, bebiendo, charrando con la gente, que si jugando a la comba...” GD-2, 393

*“¿Nunca habéis ido a un festival por ir a ver a un grupo en concreto?”*

Solo por el grupo no”. GD-2, 394



Ambos grupos coinciden en señalar los grupos que tocan en el festival como algo secundario dentro de las motivaciones que mueven en la actualidad a asistir a uno de estos eventos.

“Hay gente que a lo mejor ha perdido la esencia de lo que era un festival.” GD-1, 302

“Yo por ejemplo... ellas querían ir al de Benidorm, al Low Cost y a mí no me gusta ningún grupo, pero yo dije; bueno, si vais todas yo voy. A ver, yo me lo voy a pasar bien igualmente.” GD-2, 408

“Yo también, pero mucha gente no. Mucha gente luego dice; ¡Coño!, me he perdido a Iván Ferreiro, me he perdido a no sé quién, tal, y he entrado a las dos de la mañana. Y se pierden a todos los que hay antes, aunque les encanten... Porque su motivación no son los grupos.” GD-1, 317

“Entonces, va muchísima gente, pero muchísimo gente que le da igual la música, ¿sabes? Que va ahí a postrear.” GD-2, 390

“Que a lo mejor somos el 5 o 6% de todo el festival, que sí que te gusta ver al grupo ese que toca a las 5, porque es un grupo que tal o viene un grupo de...” GD-1, 366

“Y que cuando acaba el festival, le dicen: oye, que grupos tocan. ¡Ay!, ¿qué grupos? ¡Ay!, pues no se quien tocaba.” GD-1, 366

“Claro, además eso se ve a la legua vamos, la gente que está... por ejemplo en el Arenal nosotras teníamos los que estaban al lado, los que eran de Salamanca estaban todo el santo día en el camping, o sea no fueron a ningún concierto. Estaban siempre ahí y dice; es que a nosotros nos gusta el camping, nos gusta estar aquí y no sé qué y no sé cuántos.” GD-2, 412

El ambiente, la fiesta y vivir la experiencia adquieren más importancia que la música en el evento.

“El buen rollo que había, la gente... todo el mundo... pues, de colegeo, se pegaban unas fiestas impresionantes, de casa, en el camping, los conciertos... No sé, el ambiente me gustó mucho.” GD-2, 388

*“¿Te habían contado que era una experiencia que tenías que vivir?”*

Sí, sí, sí, todo el mundo dice lo mismo.” GD-2, 389

“No sé, qué hay muy buen rollo. Yo creo que es lo típico, lo que te suelen decir, que hay muy buen rollo, que la gente... Yo qué sé, que muy bien, que se lo pasaron súper bien. Y luego, yo creo que al final lo que escuches o que no escuches del festival, o sea, de música... Yo por lo menos, la persona que me lo dijo me lo dijo más por el buen rollo, por lo bien que se lo pasó. Que fue también un poco de locura, que fue... ¿Sabes?” GD-2, 400

Al grupo de debate 2 se le ofrece una serie de posibles motivaciones para que las ordene según su prioridad a la hora de acudir a un festival:

- Precio
- Cercanía del festival al lugar de residencia
- Fiesta y diversión
- Cartel
- Fama del festival

“primero la fiesta y la diversión, después los grupos que tocan, después si está cercano, después el precio, y después la fama del festival.” GD-2, 395

“Pues yo creo que el primero son los grupos que tocan, creo que es lo que más me llama la atención. Después la fiesta y diversión, después el precio, luego la cercanía, y luego la fama. Lo que hemos dicho antes, la fama... vamos, no la considero importante, pero inconscientemente me llega... me llega su información.” GD-2, 399

“Yo pondría también primero fiesta y diversión. Eh... luego grupos que tocan, luego precio, está más cercano, y luego fama del festival. Por lo mismo, primero la fiesta y la diversión. Que me llame el ambiente, que me guste, que yo sepa que me lo voy a pasar bien o que sea de mi rollo. Luego la música, pues eso también influye en que y te lo pases bien o no, porque depende de la música va ir cierta... O sea, va a ir gente de una manera u otra.” GD-2, 401

“yo creo que la fiesta y la diversión, los grupos, que este más cercano, el precio, y la fama.” GD-2, 407

Aunque colocan la fama del festival en las últimas posiciones de manera general, luego llegan a la conclusión de que aunque de manera indirecta si están influenciadas por ella.

Irene: Sí, pero realmente no nos fijamos en la fama, pero para... Yo creo que son unos de los más famosos.

Alicia: Ya, pero porque lo conoces. No te fijas en la fama pero... y te llega a ti la información.

Celia: Claro.

Irene: Sí, pero ya que te mueve la gente. ¡Ay, pues yo he ido! Yo me he enterado. Pues, yo no sé qué. Pues, yo no sé cuánto. Y al final...

Al final te influencia, ¿no?

Irene: Sí, yo creo que indirectamente no lo pensamos, pero te pica, te pica". GD-2, 393

A su vez aseguran no haberse desplazado lejos para asistir a ningún festival.

"no nos hemos desplazado muy lejos, la verdad... Castellón, Albacete..." GD-2, 386

De manera general la música en la actualidad es una motivación secundaria para asistir a un festival, primando la fiesta, el ambiente y vivir la experiencia. Sin embargo los organizadores coinciden con la idea de que un mayor coste de las entradas de un festival genera una mayor asistencia cuya motivación principal es la música, mientras que un coste bajo genera una asistencia masiva con las principales motivaciones antes citadas.

"...nosotros cuando trabajamos en el ámbito de investigación, vimos... Por ejemplo, cuando tú marcas un coste de festival muy bajo, la gente no va por la música, la gente va porque con 60 euros se pasa cuatro días de acampada en la playa." AVIB6, 255

"Cuando nosotros subimos el coste de una entrada a 180, 190, 200 euros, sí que vamos motivados por un interés musical... es masa, o sea, al final necesitamos masa y la masa la generamos con costes bajos, durante una temporalidad." AVIB7, 255

Corroboran esta afirmación los grupos de debate asegurando que la gente más joven que acude en la actualidad de manera masiva a este tipo de eventos no pagaría "demasiado" por una entrada.

Antonio: Estoy en otro perfil. Pero, sí que hay gente de 18, 19, 20, ventipocos, que a partir de 60, 70 euros, no pagaría por un abono.

Carlos A: Claro, es un filtro.

Antonio: A lo mejor, los que se pegan la fiesta dicen; Por 60 voy, por 50 voy, pero a lo mejor me pones 80 euros...

Carlos A: Y hay esta todo el circuito montado." GD-1, 335

Además no piensan pagar más caro algo que anteriormente les resultó más económico.

Celia: Pero no sé, por ejemplo el Arenal este año era súper caro, y dije: ¡vamos! ni loca.

*¿Qué precio tenía el Arenal?*

Celia: O sea, a ver salieron las entradas y a los diez minutos... salieron las entradas a 30 euros y a los diez minutos estaban ya a 80 euros, en el camping más lejano. Entonces..." GD-2, 395

"No, es que ya lo he vivido pagando 30 euros. Prefiero ir a otro." GD-2, 395

Sin embargo por acudir al festival Rototom sí pagarían un precio más alto.

*"O sea, ahí sí que estáis dispuestas a pagar un poquito más, ¿no?"*

Celia: Sí.

Irene: Yo creo que ahí sí.

Celia: A ese sí." GD-2, 397



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

# **CAPITULO VI**

# **CONCLUSIONES**



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

## **CONCLUSIONES**

La hipótesis general que se plantea en este trabajo de investigación es que la realización de festivales musicales genera unos impactos económicos, turísticos y sociales demostrables para las ciudades de destino.

De manera específica, en el capítulo Metodología se proponen las siguientes hipótesis:

- **H1-** La realización de estos festivales aportan beneficios económicos y puestos de trabajo favoreciendo el desarrollo socioeconómico de las regiones donde se realizan.
- **H2-** Durante la realización de los mismos se produce un incremento turístico.
- **H3-** La realización de un festival musical facilita la construcción de una marca de identidad para la localidad donde tiene lugar.
- **H4-** Los festivales de música favorecen el proceso de construcción e interiorización de una imagen turística.
- **H5-** Los festivales musicales en la actualidad actúan como un producto turístico dejando en un segundo el valor cultural que tenían en décadas anteriores.
- **H6-** Los festivales musicales conllevan repercusiones sociales como generación de identidad cultural, cohesión e interacción social.
- **H7-** Las motivaciones que llevan en la actualidad a asistir a un festival musical atienden en menor medida a inquietudes culturales que en décadas anteriores.

**H1-La realización de estos festivales aporta beneficios económicos y puestos de trabajo favoreciendo el desarrollo socioeconómico de las regiones donde se realizan.**

Los Festivales Musicales dinamizan la economía, generan empleo y crean riqueza en las localidades donde tienen lugar y además de fomentar la acción social y la creatividad. Estos eventos generan un fuerte impacto económico en un corto periodo de tiempo.

Los festivales musicales se siguen desarrollando con crecimiento y consolidación en España. La música en vivo en España durante el año 2014 supuso una facturación neta



anual de más de 173 millones de euros, con un aumento del 9,76% con respecto al año 2013.

De los 450 festivales que se celebraron en España durante el 2013, los cuatro que han sido analizados en esta tesis forman parte de la lista top 10, ocupando en la lista del 2014 un primer puesto el festival Arenal Sound con un total de 250.000 espectadores durante 6 días de realización, un segundo puesto para el Rototom Sunsplash, con 250.000 espectadores durante 8 días, un sexto puesto para el Fib, con 120.000 espectadores en 3 días y en octavo lugar el Low Festival con 75.000 espectadores durante 3 días.

Las administraciones públicas valoran el impacto económico de estos cuatro festivales en 70.000.000 euros, calculados según el dinero extraído de los cajeros automáticos y niveles de ocupación. Esta cifra se reparte de la con 29 millones de euros Arenal Sound, 18 millones Rototom, 14 millones Fib y 9 millones Low Festival.

Según cifras de 2014, los tres festivales musicales que se celebran en la provincia de Castellón, Fib, Arenal Sound y el Rototom, crearon un total de 7.400 empleos, de los cuales fueron empleos directos 650 Rototom, 500 Fib y 650 Arenal Sound. Por su lado Low festival creó 390 puestos de trabajo directos, estimando otros 700 indirectos

Por otro lado, este tipo de eventos permiten la concentración de la demanda y tienen un coste menor que la temporada regular de otras instituciones culturales, favoreciendo su rentabilidad económica.

Los principales impactos económicos de manera mayoritaria tienen lugar en el sector hostelería, supermercados y repercusión mediática.

Los beneficios obtenidos en las localidades con la realización de este tipo de eventos ha dado lugar a un excesivo crecimiento de los mismos y una mayor competencia entre festivales para atraer el mayor número de asistentes que, sumado a la crisis económica y una menor capacidad de gasto de la gente joven, ha provocado que cada vez sea más asequible la entrada y una menor capacidad de gasto por parte de los asistentes. Se ha incrementado el efecto botellón en las zonas de acampada y alrededores de los recintos de

los festivales, lo cual supone un menor beneficio económico para las localidades. Esto ha provocado llegar a las expectativas económicas con una asistencia cada vez más masiva y con costes más asequibles.

Otro efecto de esta bajada de precios es la necesidad que tiene este tipo de macro eventos de tener una asistencia masiva para no perder las colaboraciones y patrocinios que no tendrían sin una asistencia masiva.

El coste cada vez menor que supone ir a muchos de estos festivales provoca que se valoren más culturalmente los que más precio tienen y que se valoren poco los que menor coste tienen.

### **H2- Durante la realización de los mismos se produce un incremento turístico.**

El turismo de festivales, representa un complemento perfecto al turismo de Sol y Playa de la Comunidad Valenciana, que con un clima excepcional para el desarrollo de este tipo de actividades, se convierte en un destino idóneo para la realización y el éxito de estos eventos.

La asistencia a un festival de música representa una experiencia única e irrepetible que posiciona turísticamente las localidades donde tienen lugar este tipo de eventos. De esta manera los festivales musicales se configuran como un gran atractivo turístico que atrae a grandes cantidades de visitantes durante un periodo corto de tiempo con el deseo de vivir “esa experiencia”.

Los festivales se consolidan como una marca propia y como un tipo de turismo enfocado hacia un segmento de la demanda de gente joven. Las estrategias de posicionamiento de los destinos van encaminadas hacia la orientación al producto y los festivales suponen un producto ideal para captar a ese público joven, que cada vez más ve la asistencia a un festival como un modelo ideal de vacaciones.

Los festivales musicales generan impactos turísticos en las localidades donde se tienen lugar. Durante la realización de los mismos se produce un incremento de la demanda turística y un aumento en la repetición de la visita. Representan una estrategia de promoción para la localidad en sí mismos además de conceder un posicionamiento identitario a la localidad. Con estos eventos las localidades pretenden consolidar una identidad territorial que diferencie su destino de otros y lo haga deseable para los visitantes. Los festivales de música resultan un valor añadido para las promociones turísticas asociando su imagen de marca a la localidad.

Además de suponer un aumento de la actividad turística de las localidades durante la duración del evento, los festivales musicales generan una imagen que reflejan al exterior y que generan un valor de marca a medio y a largo plazo de los propios eventos y de las localidades que los acogen.

La repercusión turística de estos festivales se ha ido incrementando en la última década y ha provocado un aumento de estos eventos en busca de una dinamización de la economía, repercusión mediática e imagen del destino al exterior.

Benicasim marcó un antes y un después en su actividad turística con la organización del Festival Internacional de Benicasim desde el año 1995, lo que la convierte en un ejemplo en el desarrollo de grandes eventos dentro del panorama nacional e internacional.

Turísticamente, el festival supuso un gran cambio para una localidad acostumbrada a un turismo familiar. Desde que empezara el festival hace dos décadas hasta hoy en día, se coincide en que el público que asiste al festival es cada vez más joven, lo que ha repercutido en un menor gasto por parte de los asistentes. Además, el festival y su formato fue pionero en España, abriendo camino a los que vendrían después.

Rototom ha sabido posicionarse como un referente europeo de la música reggae, colocando a Benicasim como capital del movimiento por unos días. La larga duración del festival facilita que los asistentes al mismo realicen actividades turísticas en la localidad.

En cuanto al público asistente al festival Rototom, mayoritariamente es extranjero, siendo el festival que reúne entre sus asistentes más nacionalidades diferentes. El festival, con su gran porcentaje de público extranjero y su larga duración hace que muchos asistentes de diversas procedencias conozcan la localidad, impulsando una imagen turística del territorio que de otra manera no hubieran conocido.

En Burriana, Arenal Sound ha supuesto un gran aumento para el turismo. Una pequeña localidad como Burriana que con unos 34.000 habitantes recoge 60.000 asistentes diarios durante la celebración del festival.

Es un festival que ha logrado batir records, situándose como uno de los más populares, competitivos y multitudinarios mega eventos que se realizan en España. En cuatro ediciones ha crecido rápidamente de los 10.000 asistentes del 2010 a los 60.000 de 2013. El público nacional representa un 90% de los asistentes, principalmente de la Comunidad Valenciana, Madrid y Barcelona, mientras que del 10% del público extranjero, un 5% procede de Inglaterra.

La oferta de música en vivo durante varios días, playa, sol, diversión y precios bajos, se convierten en una fórmula del todo exitosa que atrae de forma masiva un turismo que de otra manera no hubiera acudido a esta localidad. La gran asistencia al festival y su rápido crecimiento se debe principalmente a su bajo coste. El festival busca la asistencia de un público mayoritariamente español y veinteañero que busca disfrutar de unas vacaciones baratas, atraídos por la música y la playa.

En Benidorm, con tan amplia trayectoria turística, el festival se ve como un evento importante en cuanto a ocupación y consumo, relevante dentro de la diversificación de oferta que tiene la ciudad, pero nada clave ni prioritario para la actividad turística de la misma.

Adquiere importancia en cuanto que es un producto de tendencia dirigido a un público predominantemente joven, un segmento turístico que ha ido perdiéndose en la localidad.

El evento es una adaptación y renovación de la oferta turística de la ciudad para adaptarse a las nuevas exigencias de la demanda, consiguiendo así mantener su posicionamiento como destino turístico líder dentro del mercado nacional e internacional. Su impacto tanto en alojamientos como en hostelería en general no es tan relevante para el territorio por tratarse de una localidad tan turísticamente posicionada.

Precisamente, por la alta ocupación que ya tiene Benidorm en las fechas que se celebra el festival, la repercusión económica que tiene éste se reparte en las localidades que rodean Benidorm.

La duración de la estancia en Benidorm de los asistentes se sitúa entre 3 y 8 días y su procedencia es mayoritariamente nacional, un 91% frente a un 9% de asistencia extranjera. La mayoría de los visitantes proceden de Madrid y la provincia de Alicante.

**H3- La realización de un festival musical facilita la construcción de una marca de identidad para la localidad donde tiene lugar.**

Los festivales de música conforman un escenario cuya principal motivación es atraer personas al evento. De esta forma se consigue alcanzar un valor de marca y la consolidación en el imaginario colectivo de los asistentes para posteriores ediciones. Con los festivales musicales el destino es conocido por personas que hasta ese momento no lo habían visitado, así como la oportunidad de fidelizarlos.

Los mercados turísticos son competitivos y un objetivo para los destinos es posicionar el producto. Los festivales musicales generan marca y son elementos importantes en una estrategia turística enfocada a un sector de público joven.

Es una realidad que en la mayoría de los casos, los festivales imprimen un sello de identidad al destino que se asocia a música, diversión, fiesta y turismo joven. De esta forma, posicionando la marca del festival se busca la asociación con el territorio y se consigue que al pensar en el territorio se piense en el festival. Se puede decir que localidades como Benicasim o Burriana eran municipios relativamente conocidos antes de

la existencia de los festivales y con estos eventos, han conseguido ser conocidos incluso internacionalmente, sobre todo en un sector de público joven.

Generan marca y llevan el nombre del territorio más allá y a otros nichos de mercado, donde el turismo convencional de la localidad no lo podría llevar.

Lo que parece evidente a estas alturas es que los festivales suponen el tránsito hacia una visión moderna del territorio. Efectivamente, hay que subrayar positivamente el hecho de que se está vendiendo un producto que oferta tendencias a la vanguardia y que busca ofrecer valores añadidos al espacio para una mayor y mejor explotación desde el punto de vista turístico.

FIB ha posicionado la localidad de Benicasim en el mapa internacional como lugar de referencia en el circuito de festivales. Benicasim defiende el turismo de festivales como uno de los reclamos prioritarios con los que cuenta la provincia para su promoción turística. De esta forma, la imagen que tenía la localidad con anterioridad se convierte a través de las experiencias que surgen a través de la interacción de los visitantes con el evento, creando una imagen en el imaginario de los turistas. Por consiguiente, el festival se postula como una estrategia definidora de la imagen del destino turístico.

En cuanto a la construcción de una marca identitaria para el territorio, el caso del Festival de Benicasim parece el más claro, es el festival más conocido por el público extranjero atrayendo un 70% de visitantes proveniente de fuera de las fronteras españolas.

La fama del FIB y el largo recorrido de Benicasim como localidad de acogida de tan encumbrado festival, incentivó a los organizadores del Rototom a llevar su creciente festival a las mismas instalaciones donde tenía lugar el FIB.

De indudable interés es así mismo que el evento facilite la construcción de una marca identitaria para el territorio. En este caso Benicasim ya estaba muy marcado por la marca FIB, y el Rototom ha servido para afianzar esa marca “Benicasim Ciudad de Festivales”

De esta forma, la organización de dos grandes festivales internacionales en Benicasim, postulan a la localidad como especializada en turismo de festivales, representando la organización de los eventos una gran oportunidad para posicionarse alrededor de un mensaje, a través del cual, potenciar el territorio con una marca que transmita determinados valores.

En el caso de Burriana la marca identitaria que genera el festival para el territorio es incuestionable. La localidad se ha dado a conocer y se ha posicionado en el mapa gracias al evento, considerándolo una pieza clave de la actividad turística de Burriana.

Benidorm es todo un referente en el mundo del turismo, siendo la ciudad en sí misma una marca reconocible a nivel nacional e internacional. De esta forma, el festival y la marca que pueda generar para la ciudad no es comparable a la marca Benidorm.

Comparando la repercusión de los festivales, se coincide en que el Festival Internacional de la Canción de Benidorm, iniciado en el año 1959, tuvo una mayor transcendencia para el turismo y crear una marca para Benidorm, aunque su formato a día de hoy no tendría cabida.

El evento y la marca que genera el Low Festival, sí que se sitúan en cambio como una manera de atraer a un determinado sector del mercado, en este caso el turismo más joven.

#### **H4- Los festivales de música favorecen el proceso de construcción e interiorización de una imagen turística.**

Es evidente que los festivales han creado una marca en las localidades implicadas. Las han posicionado en un lugar de referencia en la realización de este tipo de eventos pero se duda que exista una imagen turística más allá del turismo de festivales.

No se aprecia en los asistentes una fidelidad con el destino más allá del festival. Se trata de un turismo puntual y de un determinado sector de la población. Crean una imagen turística del lugar pero normalmente no provocan una repetición de la visita si no es para volver a asistir al festival. También el crecimiento en los últimos años de este tipo de

eventos crea la duda de si realmente crean una imagen como lo podían hacer sus predecesores.

En el caso de Benicasim, una imagen turística que pudiera ser muy dependiente de los festivales, festival y territorio se han mimetizado de tal manera que se asocia automáticamente la localidad con el turismo de festivales.

La interiorización de una imagen turística para Benicasim gracias al FIB es clara a la hora de que ha dado a conocer el territorio de una manera que no hubiera sido posible sin el festival, no es tanto así el retorno que esto suponga en visitantes fuera de las épocas de festivales. De la misma forma, Rototom ha dado a conocer la localidad a un público mayoritariamente extranjero y es diferenciado en cuanto a que es considerado un festival que sigue una filosofía de implicarse en el tejido social.

Benicasim puede calificarse como destino turístico a nivel internacional, contando con los recursos y servicios suficientes en calidad y cantidad para poder estructurar una oferta turística competitiva, diferenciada y con personalidad propia gracias, en gran parte, a la celebración de estos dos eventos de fama internacional que han posicionado a la localidad en el mercado turístico dentro y fuera de las fronteras nacionales.

De este contexto, se deduce la idea de que el mensaje que transmite Benicasim con la organización de estos macro eventos transmite música, cultura, ocio juvenil y espacios alternativos haciendo más atractivo el destino para determinados sectores de población, tanto a nivel nacional como internacional. Por otro lado no se resalta la idea de que se genere otro tipo de turismo fuera de la temporada de festivales.

En cuanto a la imagen turística que genera el Arenal Sound en Burriana, hay un mayor interés por el turismo en la localidad y se ha producido un incremento muy notable en la aparición en los medios de comunicación, antes prácticamente inexistente, y la publicidad que esto supone para la localidad.

Esta imagen turística no se ve que genere turismo más allá del existente con anterioridad al festival fuera de la temporada del festival, días antes y días después de su celebración aunque si se aspira a conseguirlo con la ayuda del festival.



En cuanto al caso de Benidorm, la imagen turística que impulsa el evento ayuda a la atracción de un turismo joven. Impulsa una imagen diferente a la que generalmente se tenía de ciudad, más vista como sede de turismo familiar y de la tercera edad.

Si bien se coincide en que el festival impulsa esta imagen joven de la ciudad y hace que este sector del mercado conozca Benidorm y se deshagan de ideas estereotipadas, no se ve como un elemento de gran importancia dentro de la gran oferta turística de la ciudad, tanto por la corta duración del evento y por el carácter cerrado del evento.

**H5- Los festivales musicales en la actualidad actúan como un producto turístico dejando en un segundo el valor cultural que tenían en décadas anteriores.**

El turismo musical ha sido cada vez más demandado en la última década. Esta situación ha llevado al crecimiento de festivales con el afán de aprovechar el tirón de esta demanda y, paralelamente, posicionar los territorios con una oferta singular y a que propicien cada vez más desplazamientos turísticos. El crecimiento cuantitativo de los festivales musicales ha llevado el turismo musical a las masas, constituyéndose estos eventos como una de las más características formas de consumo cultural de la sociedad actual.

De manera indudable se coincide en la visión de estos festivales en la actualidad como un producto turístico. Se reconoce una evolución de estas citas musicales hacia un producto comercial y turístico que no tanto era así en décadas pasadas. Si bien es cierto que son eventos con una característica cultural, se alude más bien a productos exclusivamente comerciales, donde el atractivo cultural y musical es tratado como algo secundario.

De manera general, salvo excepciones como es el caso del Rototom, son vistos además de como productos comerciales, como eventos mercantilizados y condicionados por las marcas.

Las causas de ver estas citas musicales como un producto comercializable de éxito son varias: la facilidad a la hora de obtener información a través de internet ha popularizado los festivales; aumento cuantitativo en asistencia y a su vez aumento del número de festivales exitosos; los festivales son moda y eso genera una asistencia masiva

comprendiendo de nuevo el carácter cultural y artístico del evento como algo secundario; la explotación de experiencias efímeras representa una oportunidad única e irrepetible.

Los festivales se han popularizado y abierto a una masa de gente que antes no acudía a este tipo de citas. Ha cambiado el target de gente que acude a este tipo de eventos hacia un público con tendencias musicales más *mainstream*. Se han convertido en encuentros más sociales que musicales, donde aunque el motivo principal de celebración es la música en directo, este adquiere menos relevancia frente a vivir la experiencia.

Los festivales se han homogeneizado. Para captar una mayor asistencia tienden a estilos musicales más comerciales y los carteles tienden a repetirse de un festival a otro.

FIB, uno de los festivales pioneros en España, comenzó siendo un evento de estilos musicales poco comerciales en España, que acercaba tendencias musicales vanguardistas en Europa. Los asistentes al festival, cada vez más jóvenes y mayoritariamente británicos, con un poder adquisitivo menor y el cambio de gerencia ha derivado en una alteración para el evento que ha supuesto verlo desde un punto de vista meramente comercial.

El caso del Rototom es el que más se aleja de la concepción del festival como producto comercial, si bien es el festival con más asistencia de España, (situado el en primer lugar de TOP 10), la filosofía del mismo dista bastante de los demás festivales objetos de este estudio. Se sitúa como un evento involucrado en el tejido social que actúa no solo durante los días que tiene lugar el festival sino durante todo el año. Apoya movimientos sociales, realiza foros de debate y charlas de personalidades de interés social aun cuando no tengan relación con el mundo de la música. El festival además carece de patrocinadores, lo cual en un evento de su magnitud es prácticamente imposible de ver.

Arenal Sound de Burriana y Low Festival comenzaron durante el boom de crecimiento de festivales, en 2010 y 2008 respectivamente entran a formar parte de un circuito de festivales que ya son valorados como importantes herramientas de atracción turística.

En el caso de Benidorm, ciudad dedicada al turismo y con gran experiencia en el sector, el festival es visto como una de las ofertas que propone el destino para diversificar su oferta.

Arenal Sound Festival se une en 2010 al “turismo de festivales” que ya empieza a estar consolidado en la Comunidad Valenciana. Se ha posicionado como uno de los más multitudinarios y es visto por muchos jóvenes como unas vacaciones en la playa.

**H6- Los festivales musicales conllevan repercusiones sociales como generación de identidad cultural, cohesión e interacción social.**

***¿Qué repercusiones sociales conllevan para el territorio?***

Las repercusiones sociales más notables que generan los festivales musicales son:

- Desarrollo turístico: las nuevas prácticas turísticas combinan distintas variables en las que se alternan ocio, placer y conocimiento y suponen un necesario cambio de los modelos turísticos tradicionales, diversificando y complementándolo con actividades complementarias.
- La masificación de visitantes que supone un macro festival de música favorece el desarrollo turístico del territorio donde tienen lugar. En el caso de una ciudad ya masificada por el turismo como Benidorm supone un valor añadido a una oferta ya consolidada.
- Empleabilidad: los empleos que generan los festivales, aunque suponen en su gran mayoría empleos de corta duración, y no debemos olvidar que conllevan una mejora de los recursos económicos de la población.
- Identidad territorial: favorecen la identidad territorial y el sentimiento de pertenencia. El hecho de contar con un gran evento al que acuden artistas de fama internacional provoca, en muchos casos, un sentimiento de orgullo por parte de los residentes. Además, la labor que hacen estos eventos en cuanto a la fama que proporcionan a los territorios y su difusión en medios de comunicación fortalece la consideración que se tiene de estos lugares.

- Intercambio cultural: la organización de este tipo de macro eventos favorece el intercambio cultural. Acercan otras culturas y generan un espacio de convivencia entre personas de distintas nacionalidades. El caso más intercultural de los cuatro sería el festival Rototom, por la gran variedad de países que asisten. Esta circunstancia, en el caso de Benidorm ya se vivía antes de la llegada del festival por la gran afluencia de turistas, buen número de ellos extranjeros, que acuden cada año a la ciudad. En el caso de localidades más pequeñas y menos acostumbradas a un turismo masivo como Burriana y Benicasim este hecho es más reseñable y ayuda a abrir la mentalidad de los residentes.
- Adaptación y apertura de mentes: este acercamiento y convivencia con otras culturas conlleva adaptabilidad por parte de la población y los negocios, una localidad más cosmopolita y apertura a un mayor cosmopolitismo por parte de los residentes.
- Cohesión social: en algunos casos, y de manera destacada en el caso del festival Rototom, se observa un sentimiento comunitario y de cohesión social donde el festival, además de música y diversión, promueve otro tipo de valores sociales.
- Regeneración urbana: con la llegada de los festivales y la masa de visitantes que a ellos asisten, sobre todo para localidades donde no se está acostumbrado a recibir tal cantidad de visitantes, se hace necesario la implementación de nuevos planes de regeneración urbana que faciliten la convivencia entre residentes y visitantes.
- Por otro lado, hay que tener en consideración que las repercusiones sociales negativas más comunes son quejas vecinales, descenso del turismo residencial y masificación de visitantes en un corto espacio de tiempo. Aunque existentes, estas repercusiones negativas para el territorio son mínimas comparadas con las repercusiones positivas.

**¿Añade la organización del festival un Valor cultural para la ciudad?**

Los festivales, nacidos como un producto cultural adquieren nuevas dimensiones, formando parte de las estrategias de desarrollo local y urbano, y aportando nuevas necesidades recreativas y de cultura global, modificando la imagen turística del destino. Su corta duración supone una experiencia efímera que representa una oportunidad única que no se va a repetir, estimulando con ello la asistencia.

Una de las frases más repetidas en las entrevistas como respuesta a esta cuestión es “la música es cultura”, dando por hecho que si el eje principal del evento es la música, indudablemente, aporta un valor cultural, aunque por otro lado no se ve encajado dentro del turismo cultural.

El recurso cultural actúa como catalizador en los procesos de desarrollo, otorgando un valor agregado al producto. Los festivales se posicionan como puertas de entrada de tendencias musicales.

Hay opiniones opuestas en cuanto a si realmente añaden un valor cultural, aunque de manera mayoritaria se está de acuerdo en que en mayor o menor medida lo aportan. En contraposición, están los que lo ven como un producto puramente comercial en el que el valor cultural que aportan es lo último que se tiene en cuenta.

No debemos olvidar, por otra parte, que los incrementos en educación, tiempo libre y niveles de renta de las últimas décadas han derivado en un mayor consumo cultural y turístico. De esta manera, los festivales representan un producto turístico idóneo para cubrir estas necesidades. Así, estos eventos permiten la concentración de la demanda, favoreciendo su propia rentabilidad económica y evitando el desfase y anquilosamiento artístico que pueden tener lugar en las instituciones culturales fijas o estables de las localidades. La concentración temporal y espacial que mantienen este tipo de eventos, permite una mayor especialización, pudiendo presentar un mayor riesgo e innovación en sus programaciones.

Rototom se situaría en primer lugar, en cuanto a añadir un valor cultural para el territorio, por diversas causas. En primer lugar, se diferencia de los demás festivales por tener un carácter notablemente singular y por la gran cantidad de actividades complementarias a

los conciertos que contiene. De manera general se ve Rototom como una excepción que trata muchos temas de compromiso social, está sensibilizado con el cuidado del medio ambiente, proyectos para ONGs, política e intercambio cultural.

En el caso de los otros tres festivales, Arenal Sound, FIB y Low Festival, entran dentro del género indie, pop y electrónica principalmente. Para ser más precisos, son estilos musicales que aunque en un principio fueron considerados alternativos, en la actualidad mueven masas, englobándose dentro de la cultura mainstream.

La percepción del festival Arenal Sound es la de un encuentro lúdico que aporta valor en cuanto a posicionamiento turístico.

FIB marcó una época en sus primeros años exponiendo las nuevas tendencias de música indie que llegaban de otros países. Si bien en la actualidad forma parte de un circuito de festivales cuyo género musical es el más comercial y mayoritario, en sus inicios suponía una de las escasas opciones de asistir a un evento de estas características en España.

En el caso de Benidorm, Low Festival es considerado como una de las principales manifestaciones culturales de la ciudad, aunque su principal atractivo es el valor turístico que supone para posicionarse en los nichos de mercado de gente joven.

### **¿Cuál es la Percepción social acerca de estos festivales?**

La percepción general por parte de la sociedad, de manera mayoritaria es positiva, porque se valoran más los beneficios que reportan que las molestias. Se repite la premisa de que son eventos a los que acude un tipo de público que “no generan problemas”. Si bien en un principio las poblaciones veían los festivales con cierto temor hacia el tipo de gente que pudieran atraer y los problemas que pudieran ocasionar, una vez pasadas las primeras ediciones se coincide en que la tipología del público asistente no ocasiona más problemas que cualquier otro tipo de turista.

En el caso de Benicasim, al acoger a unos de los festivales pioneros, se habla de una imagen peyorativa al principio, principalmente por desconocimiento de las repercusiones que pudiera sufrir la población y por la masificación poco controlada en un primer

momento. Sin embargo, con el tiempo, la población se fue acostumbrando y empezó a valorar más las partes positivas que tenía el evento, en cuanto a generación de marca y el impacto económico que suponía para la localidad. Una vez comenzada la andadura dentro del turismo de festivales y conociendo sus beneficios, Rototom ha calado de manera positiva en la población siendo incluso mejor visto socialmente.

La ciudad de Benidorm, acostumbrada ya a un turismo masivo, ha aceptado de buen grado el festival, resaltando los visitantes que acuden al Low Festival como un público joven, educado y poco problemático.

De igual manera, Benidorm valora también los efectos en la economía situándolo con un evento beneficioso para la ciudad y por lo tanto bien visto.

En la localidad de Burriana, se coincide en un similar proceso de adaptación al que pudo tener Benicasim en su momento. En un primer momento sensación de caos y descontrol ante una avalancha de visitantes concentrado en un corto espacio de tiempo y un paso posterior de adaptación y normalización del evento al comprobar el perfil de gente de acude y los escasos problemas que conlleva para ser un evento de tan alta asistencia.

También hay una buena percepción por parte de la población hacia el festival por el hecho de que el evento ha servido para que los propios residentes del municipio vean la capacidad turística del mismo.

En cuanto a la pequeña parte de la población que tenga una percepción negativa de estos festivales, se debe en su mayoría a molestias que les perjudican directamente, como sería el caso de vecinos muy cercanos al recinto del festival o los que se muestran en desacuerdo con las aportaciones económicas a los festivales. Aun así, los entrevistados coinciden en recalcar que se trata de un pequeño sector de la población

### **¿Favorecen la interacción social?**

Los festivales facilitan las interacciones sociales. El hecho de hacer coincidir un elevado número de personas en un corto periodo de tiempo, facilita interacciones a varios niveles: interacción visitantes-residentes; interacción entre visitantes; integración de la organización en la comunidad. También adquieren importancia en cuanto a las interacciones que generan vía redes sociales.

FIB y Rototom son considerados como elementos integrados en la comunidad. Ambos son festivales consagrados con una larga trayectoria y representan una oportunidad a la hora de interactuar, no solo a nivel residente-visitante o visitantes entre sí, sino a niveles de relaciones entre periodistas, grupos musicales formados a raíz de los festivales o relaciones que han podido derivar en negocios.

A pesar de ser considerados ambos como eventos integrados en la localidad, Rototom es percibido como mucho más involucrado, a pesar de llevar menos tiempo en Benicasim. Clasifican el perfil del público del FIB, como más dado a relacionarse entre ellos dentro del recinto del festival

A nivel organización, resaltan el hecho de que la sede de Rototom, a diferencia de otros festivales, está dentro de Benicasim y se implica en otros eventos de la localidad aparte del festival.

Rototom se coloca de nuevo en primer lugar en cuanto a favorecer la interacción social. Existe el convencimiento de que se trata de un festival donde se fomentan ciertos valores entre los cuales están la convivencia y el intercambio entre culturas. Además, hay un fomento los encuentros sociales con talleres y actividades e intentan acercar al público con los artistas.

En el caso de Burriana, se habla de una interacción favorable desde un primer momento entre residentes y visitantes y aluden a que el perfil de los asistentes ha favorecido esta interacción. Si bien el perfil de visitantes ha sido bien visto y bien acogido desde un primer momento, también el comportamiento de los residentes ha beneficiado esta buena interacción.



En la ciudad de Benidorm se incluye al festival como uno más de los elementos de interacción social, dentro de la gran cantidad de circunstancias sociales que se viven en la localidad, gracias a su gran capacidad turística. Si bien el festival sí se ve como un evento festivo que favorece la interacción social dentro del propio recinto entre los asistentes, no se aprecia de la misma manera que favorezca la interacción de con los residentes.

**H7- Las motivaciones que llevan en la actualidad a asistir a un festival musical atienden en menor medida a inquietudes culturales que en décadas anteriores.**

Con anterioridad al boom festivalero, durante la década de los noventa y principios del 2000, el cartel del festival era la primera motivación que llevaba a acudir a un festival, seguido de la experiencia.

En la actualidad coinciden en posicionar el cartel como algo secundario, dando más importancia a la experiencia, la fiesta y conocer gente. Se valora en primer lugar el ambiente, la vida que hacen en el camping y la gente que conocen por encima de los conciertos.

Las motivaciones de asistencia en la actualidad, por parte de la gente más joven, coloca la Fiesta y diversión por delante del Cartel, seguido de Precio, Cercanía del festival al lugar de residencia y Fama del festival. Aunque colocan la fama del festival en las últimas posiciones asumen estar influenciados por ella. A su vez aseguran no haberse desplazado lejos para asistir a ningún festival.

Un mayor coste de las entradas de un festival genera una mayor asistencia cuya motivación principal es la musical, mientras que un coste bajo genera una asistencia masiva con las principales motivaciones antes citadas.

Corroboran esta afirmación los grupos de debate, asegurando que la gente más joven que acude en la actualidad, de manera masiva, a este tipo de eventos no pagaría “demasiado” por una entrada. Además no piensan pagar más caro algo que anteriormente les resultó más económico.



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

# **BIBLIOGRAFÍA**



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

- AAKER, D. (1994). *Gestión del valor de la marca*. Madrid, Editorial Díaz de Santos.
- ABAD MORALES, L. A. (2002). Rock contra cultura. Madrid, Biblioteca Nueva. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/8067200/Rock-Contra-Cultura-revisado>
- ABAD MORALES, L. A. (2008, 17 de noviembre). Hebdige: del sentido del estilo al estilo como todo sentido, dentro de "Rock contra cultura". pp.96-101. Published by: MultiDisciplinas ABAD Consultado el 18 de junio de 2014. En: <http://es.scribd.com/doc/8067200/Rock-Contra-Cultura-revisado>
- ADORNO, T. (1962). *Introduzione alla sociologia della musica*. Torino: Einaudi.
- ADORNO, T. (1993) "Sobre la Mediación entre Música y Sociedad" en Beethoven Filosofía de la Música. Traducción, Gómez, A. Brotons, A. Ediciones Akal, S.A. Madrid, España
- ADORNO, T. (1941). On popular music. Originalmente publicado en: *Studies in Philosophy and Social Science*, New York: Institute of Social Research, 1941, IX, 17-48. En: [http://www.icce.rug.nl/~soundscapes/DATABASES/SWA/On\\_popular\\_music\\_1.shtml](http://www.icce.rug.nl/~soundscapes/DATABASES/SWA/On_popular_music_1.shtml)
- ADORNO, T. (1983). "Cultural Criticism and Society." In *Prisms*, 17 – 34. Cambridge, MA: MIT Press
- ADORNO, T. (1984). *Aesthetic Theory*. London: Routledge.
- ADRIAN, L. (1993). Hard Rock, la danza del Diablo. *Jesus Christus* [en línea] Nº 26, Marzo-Abril de 1993. [Fecha de consulta 12 de octubre de 2014]. Disponible en: <http://sobreelrockandroll.blogspot.com.es/2013/09/hard-rock-la-danza-del-diablo.html>
- AGUILERA MOYANO, M. "De la autarquía a la democracia: La Radio española en los años sesenta y setenta", en T. Álvarez, *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*, Barcelona, Ariel, 1989, p. 289-303.
- AGUSTÍN, J. (1996). *La contracultura en México La historia y el significado de los rebeldes sin causa, los jipitecas, los punks y las bandas*. México: DeBolsillo.
- ALBÁ, J. (1993). "El Festival Internacional de Música Popular Tradicional de Villanueva y Geltrú", *Revista de etnología de Cataluña*, núm. 3, pp. 132-139.
- ALCINA FRANCH, J. (1994). *Aprender a investigar. Métodos de trabajo para la redacción de tesis doctorales (Humanidades y Ciencias Sociales)*. Compañía Literaria. Madrid.
- ALI-KNIGHT, J., ROBERTSON, M., FYALL, A., y LADKIN, A. (2009) *International Perspectives of Festivals and Events: Paradigms of Analysis*. Oxford: Elsevier Science
- ALLEN, J; O'TOOLE, W; HARRIS, R. & McDONNELL, I. (2002). *Festival and special event management*. Queensland, John Wiley & Sons, Inc.
- ALLOCK, J. B. (1988): «Tourism as a Sacred Journey», *Loisir&Société*, vol. 11-1, 33-48.
- ALONSO GONZÁLEZ, C. (2005). "El beat español: entre la frivolidad, la modernidad y la subversión", *Cuadernos de música iberoamericana*, nº 10, p. 225-254. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10651/21752>
- ALONSO, M; FRIEDHEIM, A. M.; y MARETTO, M. C. (2005). *Culturas juveniles y rock: una forma de abordar las ciencias sociales en la escuela*. Buenos Aires: Ediciones del Signo. Disponible en: <https://books.google.es/books?isbn=987107428X>
- ÁLVAREZ GAYOU, J.L. (2005). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*. México: Paidós.
- ALVIRA, F. (1983). Perspectiva cualitativa-perspectiva cuantitativa en la metodología sociológica, *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, núm.22, pp. 53-75. Disponible en: [mhttp://ih-vm-cisreis.c.mad.interhost.com/REIS/PDF/REIS\\_022\\_05.pdf](mhttp://ih-vm-cisreis.c.mad.interhost.com/REIS/PDF/REIS_022_05.pdf)
- AMAT, P. y RAMÓN, F. (2004). *Curso de Sociología del Turismo y del Ocio*. Valencia, Tirant Lo Blanch.
- AMIR, Y. (1969). Contact hypothesis in ethnic relation. *Psychological Bulletin*, 71, 319-342.
- ANDER-EGG, E. (2004). *Métodos y técnicas de investigación social II*. Buenos Aires: Grupo editorial Lumen.
- ANDERSON, Ch. (2004). The Long Tail. *Wired Magazine*, October. Disponible en: <http://archive.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html>

- ARAMBERRI, J. (2010). *Turismo de masas y modernidad: un enfoque sociológico*. CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS: Madrid.
- ARCE CORTES, Tania. Subcultura, contracultura, tribus urbanas y culturas juveniles: ¿homogenización o diferenciación? *Rev. argent. sociol.* [En línea]. 2008, vol.6, n. 11 [fecha de consulta: 13 de febrero de 2014] pp. 257-271. Disponible en: <[http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1669-32482008000200013&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1669-32482008000200013&lng=es&nrm=iso)>. ISSN 1669-3248.
- ARGYLE, M. (1996). *The social psychology of leisure*. Nueva York: PenguinBooks.
- ARISTÓTELES. (Sin fecha). *Ética a Nicomaco*. Proyecto Espartaco. Disponible en: [www.uruguaypiensa.org.uy/imgnoticias/650.pd](http://www.uruguaypiensa.org.uy/imgnoticias/650.pd)
- ARNALDI, P. (1968): *Manual de Relaciones Públicas*. Madrid: Ibérico-Europea de Ediciones.
- ARNAU GRAS, J. (1990). *Métodos de investigación en las ciencias humanas*. Mexico, Prometeo.
- ATTALI, J. (1995). *Ruidos. Ensayo sobre la economía política de la música*. Madrid: Siglo XXI.
- AZERRAD, M. (2001). *Our Band Could Be Your Life: Scenes from the American Indie Underground, 1981-1991*. Boston, Little Brown and Company
- BAIGORRI, A. y FERNÁNDEZ, R. (2002). "Avance de la Investigación Sociológica". Universidad de Extremadura. Grupo de Investigación en Estudios Sociales y Territoriales.
- BALARDINI, S. (2000). De los jóvenes, la juventud y las políticas de juventud. *Última década*, Volumen 8 (Número 13), 11-24. Recuperado de [http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-22362000000200002&lng=es&tling=es](http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-22362000000200002&lng=es&tling=es). 10.4067/S0718-22362000000200002
- BARKER, M., PAGE, S. J. y MEYER, D. (2002). Evaluating the impact of the 2000 America's Cup on Auckland, New Zealand. *Event Management 7*: 79-92
- BARLÉS, M.J.; ABELLA, S. y MUR, M. (2012): "Perfil del turista de festivales: el caso del Festival Internacional de las Culturas Pirineos Sur", *Cuadernos de Turismo*, nº 30, julio-diciembre, pp. 63-90.
- BARROW, S; DALTON, P. (2001). *Reggae: The Rough Guide*. London: The Rough Guides.
- BEALE, N. (2006, 22 de mayo). THE IMAGE: A Guide to Pseudo-Events in America (1961) by Daniel Boorstin. Book Review by Nigel Beale [literarytourist.com] en: <http://literarytourist.com/2006/05/the-image-a-guide-to-pseudo-events-in-america-1961-by-daniel-boorstin-book-review-by-nigel-beale/>
- BENNET, A. (2001). *Cultures of Popular Music*. United Kingdom, Open University Press.
- BENNET, A. y KAHN-HARRIS, K. (2004). *After Subculture: Critical Studies in Contemporary Youth Culture*. London, Palgrave Mcmillan.
- BENNET, J; y STRATTON, J. (2010). *Britpop and the English Music Tradition*. Ashgate Publishing. Disponible en: [http://books.google.es/books?id=cK-gFIUijQYC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.es/books?id=cK-gFIUijQYC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- BENNETT, A. (1999). Subcultures or Neo-tribes? Rethinking the relationship between youth, style and musical taste. *Sociology 33* (3). pp 599-617. Disponible en: <http://soc.sagepub.com/content/33/3/599.short?rss=1&ssource=mfr>
- BERGAMINI, A. (2006). *El rock y su historia*. Barcelona, Andantino
- BERGER, P. L. (1969). *The Social Reality of Religion*. Londres: Faber and Faber.
- BERNAL, C. A. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson Education.
- BESCULIDES, A., LEE, M. E., & McCORMICK, P. J. (2002). Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 303-319.
- BEVERLAND et al. (2001). The evolution of events in the Australasian wine sector. Recogido de Jane Ali-Knight et al (2009) *International Perspectives of Festivals and Events: Paradigms of Analysis*. Oxford: Elsevier Science.
- BEVERLAND, M. (2001). Generation X and wine consumption. *Wine Industry Journal*, 19(1), pp. 91-95.

- BIANCHINI, F., y PARKINSON, M. (1993). *Cultural Policy and Urban Regeneration: The West European Experience*. Manchester: Manchester University Press,
- BIANCIOOTTO, J. (1997). *La Censura en el Rock*. Valencia: La Máscara.
- BIANCIOOTTO, J. (2008). *Guía universal del rock: (1954-1970)*. Barcelona, MA NON TROPPO.
- BIANCIOOTTO, J. (2008). *Guía universal del rock: de 1970 a 1990*. Barcelona, MA NON TROPPO.
- BIANCIOOTTO, J. (2008). *Guía universal del rock: de 1990 hasta hoy*. Barcelona, MA NON TROPPO.
- BILLIG. (2000). Citado en *Cultures of Popular Music* (2001), de BENNET, A. McGraw-Hill International. Disponible en: <https://books.google.es/books?isbn=0335202500>
- BLACKING, J. (2006) *¿Hay música en el hombre?* Madrid: Música, Alianza Editorial.
- BLANCO MARTINEZ, P. (2007). *Festival Etnosur y Alcalá la Real: Análisis de una década* (Tesina fin de Master). Universidad Complutense de Madrid. En: <http://www.mastergestioncultural.org/files/File/TESINAS/T07-0165> Pilar Blanco, Festiva ETNOSUR y Alcal la Real.pdf
- BLAUKOPF, K. (1988). *Sociología de la Música, Introducción a los conceptos fundamentales, con especial atención a la sociología de los sistemas musicales*. Madrid: Real Musical.
- BLONDEL, E. Nietzsche y la música. Texto tomado del MAGAZINE LITTÉRAIRE. No 383, janvier, 2000, pp. 44-45. Disponible en: <http://www.galeon.com/filoesp/nmus.htm>
- BOORSTIN, D. J (1964). *The Image. A Guide to Pseudo-Events in America*. Nueva York: Harper & Row.
- BORICH, T.O., & FLEMING, C. (1993). Making more of less: Promoting tourism in the rural areas of western Iowa. *Small Town*, 24(1), 20-21. Citado en STEVEN, W; y BURR, P. D. Strengthening Community Relationships: Key to Successful Festival and Special Events. Disponible en: [http://extension.usu.edu/files/publications/publication/pub\\_\\_3319551.pdf](http://extension.usu.edu/files/publications/publication/pub__3319551.pdf)
- BORMANN, A. (1931) *Der Deustche im Fremdenverkehr des Europaischen Auslands*. Citado en *Sociología del Turismo* (Hans Joachin Knebel) Hispano Europea. Barcelona
- BORMANN, A. (1930). *Die Lehre vom Fremdenverkehr*. Berlin: Editorial Verkehrswissenschaftliche Lehrmittelgesellschaft para la Deutschen Reichsbahn
- BOS, H. (1994). The Importance of mega-events in the development of tourism demand. *Festival Management and Event Tourism*, 2(1), 55-58.
- BOURDIEU, P. (1993). Espacio social y poder simbólico, en Bourdieu, P. *Cosas dichas*, (2ª ed. 1996). Madrid, Gedisa. Disponible en: <https://docs.google.com/file/d/0B51zbOW06I7xZjhITG5GWUd0WWs/edit?pli=1>
- BRADBURY, S.L; y BECKER, B. (1994). Expanding the tourist season: An Ozark success story. *Small Town*, 25(1), 4-7.
- BRAYLEY. R; VAR. T. (1989) Canadian perceptions of tourism's influence on economic and social conditions *Annals of Tourism Research*, Volume 16, Issue 4, Pp. 578-582
- BRICEÑO LINARES, Y. (2013) ¿Lo más sonado o lo más auténtico? ¿Qué es lo bueno y qué es lo malo en música popular? *Revista Sur/versión*. Nº 2. Año 2013. Fundación Celarg. Caracas.
- BRIONES, G. (2002). *Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales*. Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior ICFES. Arfo Editores e Impresores. Bogotá
- BRITO, L. (1990). *El Imperio Contracultural: Del Rock a la Postmodernidad*. Edit. Nueva Sociedad. Disponible en: <http://literaturaeslomas.files.wordpress.com/2013/09/luis-britto-garcc3ada-el-imperio-contracultural-del-rock-a-la-postmodernidad-2005.pdf>
- BRYMAN, A. (2008). *Social Research Methods*. Oxford, Oxford University Press.
- BUNGE, M. (1960). *La ciencia. Su método y su filosofía*. Bunge. Buenos Aires, Siglo Veinte. Disponible en: [http://users.dcc.uchile.cl/~cgutierrez/cursos/INV/bunge\\_ciencia.pdf](http://users.dcc.uchile.cl/~cgutierrez/cursos/INV/bunge_ciencia.pdf)
- BUNGE, M. (1991). *La investigación científica. Su estrategia y filosofía*. La Habana: Ciencias Sociales.
- BUNGE, M. (2003). *La ciencia. Su método y su filosofía*. Ediciones Nueva Imagen.
- BUONOCORE, D. (1980) *Diccionario de Bibliotecología*. (2 ed.). Buenos Aires, Argentina: Marymar.

- BUQUET, G. (2001). <<La industria discográfica: reflejo tardío y dependencia del mercado internacional>>. En E. BUSTAMANTE (Coord). *Comunicación y cultura en la era digital: industrias, mercados y diversidad en España*. Barcelona: Gedisa. pp. 67-105.
- BUSTAMANTE, E. (2006). Diversidad en la era digital: La cooperación iberoamericana cultural y comunicativa. *Pensar Iberoamérica*, nº 9, julio – octubre. Recuperado de: <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric09a03.htm>
- CALLEJO, J. (2001). *El grupo de discusión: introducción práctica de investigación*. Barcelona, Ariel.
- CALVÍ, J. C. (2006). La industria de la música, las nuevas tecnologías digitales e Internet. Algunas transformaciones y salto en la concentración. *Zer*, 121-137. Disponible en: <http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer21-08-calvi.pdf>
- CAMPOS GARCÍA, J. L. (1999). La experiencia musical en internet. *Razón y Palabra*, Número 15, Año 4, Agosto - Octubre 1999. Grupo Académico Leonardo. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n15/jsecamp15.html>
- CARLIN, R. (1993). *Rock and Roll 1955-1970*. Colombia, Editorial Voluntad
- CARVAJAL, B. (1997). *La biblioteca: bibliosistemática e información*. México: EL COLEGIO DE MÉXICO [http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/la-biblioteca-bibliosistemática-e-información--0/html/ff17973c-82b1-11df-acc7-002185ce6064\\_3.html](http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/la-biblioteca-bibliosistemática-e-información--0/html/ff17973c-82b1-11df-acc7-002185ce6064_3.html)
- CASTILLO ÁVILA, F. (2011). *La Cultura Rock/Pop*. Chile, Registro de Propiedad Intelectual Inscripción N° 2031421. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/65002765/La-Cultura-Rock-Pop-Francisco-Castillo>
- CAZENEUVE, J. (1972). *Sociología del rito*, Buenos Aires. Citado en BOROBIO, D. (2002). *Cultura, fe, sacramento*. Centro De Pastoral Liturgic. Disponible en: [books.google.es/books?isbn=8474678234](http://books.google.es/books?isbn=8474678234)
- CHALMERS, A.F. (1982). *¿Qué es esa cosa llamada ciencia?*, Madrid: Siglo XXI. Disponible en: <http://ulagos.files.wordpress.com/2012/03/libro-que-es-esa-cosa-llamada-ciencia.pdf>
- CHAMBERS, I. (1985). *Urban rhythms: pop music and popular culture*. London, Macmillan.
- CIORÁN, E. M. (2001). *El libro de las quimeras*, Barcelona, Tusquets.
- CITRO, S. (1998) "La ritualidad en el mundo contemporáneo: El caso de los recitales de rock". *Noticias de Antropología y Arqueología: Revista Electrónica de Difusión Científica*, Año 3, N° 24. Buenos Aires.
- CITRO, S. (2008). El Rock como un ritual adolescente. Tránsito y realismo grotesco en los recitales de Bersuit. *Revista Transcultural de Música Transcultural Music Review*, 12 (2008) ISSN: 1697-0101. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/822/82201203.pdf>
- CLARK, J.; HALL, S.; JEFFERSON, T., y ROBERTS, B. (1976), "Subcultures, cultures and class: a theoretical overview", en HALL, S., and JEFFERSON, T. (eds.), *Resistente through Rituals: Youth Subcultures in Post War Britain*, London, pp. 57-71.
- CLARKE, M. (1982). *La política de festivales pop*. Londres: Junction Libros.
- COFFEY, A; ATKINSON, P. (2005). *Encontrar el sentido a los datos cualitativos. Estrategias complementarias de investigación*. Alicante: Publicaciones Universidad de Alicante.
- COHEN, E. (1972). Toward a sociology of international tourism. *Social Research*, 39, (1) 164-189.
- COHEN, E. (1984). The sociology of tourism: approaches, issues, and findings. *Annual Revue Sociology*, 10, 373-392.
- COHEN, E. (1979). A Phenomenology of Tourist Experience *Sociology May* (1979), 13, (2), 179-201.
- COMAS ARNAU, D. (2000). Agobio y normalidad: una mirada crítica sobre el sector ocio juvenil en la España actual. *Revista de estudios de juventud*, 50, Septiembre, 9-22.
- CONDE, F. (1994). Las perspectivas metodológicas cualitativa y cuantitativa en el contexto de la historia de las ciencias". En Delgado, J. M. y Gutiérrez, J. (coord.): *Métodos y técnicas cualitativas de la investigación en ciencias sociales*. Madrid: Síntesis. Pp 53-68.
- COOK, B. (1971). *The beat generation*. New York: Scribner.
- COOK, T.D; y RETECHARDT, C. (2004). *Métodos Cuantitativos y Cualitativos en investigación Educativa*. Madrid, Morata



- Coopers and Lybrand Consulting Group. (1989). NCR 1988 festivals study final report, Vol. 1. Ottawa: Report for the Ottawa-Carleton Board of Trade.
- COSTA, J. (2004). *La imagen de marca. Un fenómeno social*. Barcelona, Paidós.
- COULANGES, F. (1864). *La ciudad antigua*. Bogotá: Panamericana.
- CROMPTON, J. L; MCKAY, S. L. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 425-439. En [http://dx.doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)80010-2](http://dx.doi.org/10.1016/S0160-7383(97)80010-2)
- CROMPTON, J; y MCKAY, S. (1994). Measuring the economic impact of festivals and events: Some myths, misapplications and ethical dilemmas. *Festival Management and Event Tourism*, 2 (1), 33-43. Disponible en: [http://agrilife.org/cromptonrpts/files/2011/06/3\\_8\\_10.pdf](http://agrilife.org/cromptonrpts/files/2011/06/3_8_10.pdf)
- CSIKSZENTMIHALYI, M. (1975). *Beyond boredom and anxiety*. San Francisco: Jossey-Bass.
- CUBIDES, H.; LAVERDE, M. C.; VALDERRAMA, C. E. (1998) "*Viviendo a toda*": jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades. Bogotá D.C. Universidad Central DIUC, Siglo del Hombre Editores.
- CUNNEEN, C., y LYNCH, R. (1988). The social meanings of conflict in riots at the Australian Grand Prix Motorcycle Races. *Leisure Studies*, 7 (1), 1-19. <http://dx.doi.org/10.1080/02614368800390011>
- DACHARY, Alfredo César y ARNAIZ BURNE, Stella Maris. El estudio del turismo: ¿Un paradigma en formación? *Estud. perspect. tur.* [online]. 2006, vol.15, n.2 [citado 2014-09-19], pp. 179-192. Disponible en: <[http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322006000200004&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322006000200004&lng=es&nrm=iso)>. ISSN 1851-1732.
- DANIELS, M. J., BACKMAN, K. F. & BACKMAN, S. J. (2004). Supplementing event economic impact results with perspectives from host community business and opinion leaders. *Event Management* 18(3):117-125
- DANKHE, G. L. (1986), *Investigación y comunicación*. Colombia: McGraw Hill.
- DARWIN, Ch. (1871), *The Descent of Man, and Selection in Relation to Sex* (1st edición), London: John Murray. Disponible en: [http://books.google.es/books?id=2t00p98FrJYC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.es/books?id=2t00p98FrJYC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- DE BRES, K. y DAVIS, J. (2001) Celebrating Group and Place Identity: A case study of a new regional festival. *Tourism Geographies*, 3(3): 326-337.
- DE KADTE.(1991): *Turismo: ¿pasaporte al desarrollo?* Madrid: Endymion.
- DE LA CALLE VAQUERO, M. (2001). Las ciudades históricas españolas como destinos turísticos: Patrimonio cultural y sistema de acogida local. *PH: Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico* (9) , Nº 36: 116-123. ISSN 1136-1867
- DEBUSSY, C. (2003). *El Señor Corchea y otros escritos*. Alianza Música. Madrid: Alianza Editorial. ISBN 84-206-8532-1.
- DEGROOT, G. (2013). *The Sixties Unplugged: A Kaleidoscopic History of a Disorderly Decade*. Pan Macmillan. Disponible en: <https://books.google.es/books?isbn=0330539337>
- DEL REY MORATÓ, J. (2004). ADORNO y la crítica de la cultura de masas. *CIC (Cuadernos de Información y Comunicación)*, 9, 41-67 ISSN: 1135-7991. Disponible en: [revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/download/.../7308](http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/download/.../7308)
- DEL VAL RIPOLLÉS, F. (2011). Pasotismo, cultura underground y música pop. Culturas juveniles en la transición española. *Revista de Estudios de Juventud*, diciembre, nº 95, 74-91. Disponible en: [http://www.injuve.es/sites/default/files/tema5\\_revista95.pdf](http://www.injuve.es/sites/default/files/tema5_revista95.pdf)
- DELAMERE, R. y HINCH, T. (1994): «Community festivals: Celebration or sellout», *Recreation Canada*, vol. 52, nº 1, pp. 26-29.
- DELAMERE, T. A. (2001). Development of a scale to measure resident attitudes toward the social impacts of community festivals, *part II: Verification of the scale* *Event management*, vol 7, pp. 25-38. Citado en STEVEN, W; y BURR, P. D. *Strengthening Community Relationships: Key to Successful Festival and Special Events*. Disponible en: [http://extension.usu.edu/files/publications/publication/pub\\_\\_3319551.pdf](http://extension.usu.edu/files/publications/publication/pub__3319551.pdf)



- DELAMERE, T; WANKEL, L; y HINCH, T. (2001). Development of a scale to measure resident attitudes toward the social impacts of community festivals, Part 1: Item generation and purification of the measure. *Event Management*, 7 (1), 11–24.
- DERRETT, R. (2003). Making sense of how festivals demonstrate a community's sense of place. *Event Management*, 8, 49–58.
- DEVESA, M. (2006): *El impacto económico de los festivales culturales. El caso de la Semana Internacional de Cine de Valladolid*. Madrid: Fundación Autor.
- DEVESA, M., HERRERO, L.C., SANZ, J.A. y BEDATE, A. (2002) "The economic impact of the Valladolid International Film Festival", 12<sup>th</sup> International Conference on Cultural Economics, Rotterdam, The Netherlands.
- DEVESA, M; BÁEZ, A; FIGUEROA, V; y HERRERO, L.C. (2012). Repercusiones económicas y sociales de los festivales culturales: el caso del Festival Internacional de Cine de Valdivia. *EURE*, Volumen 38 (115), septiembre 2012. pp. 95-115. Disponible en: <http://www.scielo.cl/pdf/eure/v38n115/art05.pdf>
- DIETERICH, H. (1996). *La nueva guía para la investigación científica*. Mexico, Planeta Mexicana.
- DOLTO, F. (1992). *La causa de los adolescentes*. Barcelona: Seix Barral.
- DOUGHERTY, J. (22 de marzo de 1999). La revolución musical en Internet. *El Universal*, sección *Universo de la Computación*, México.
- DOUGLAS, J. D. (1976). *Investigative Social Research*. Beverly Hills: Sage.
- DOWLING, G. (2001). *Creating Corporate Reputations. Identity, image and performance*. New York, Oxford University Press.
- DOXEY, G. V. (1975) "A causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research influence", *Proceedings of the Travel Research Associates 6th Annual Conference*. San Diego, CA.
- DUARTE, K. (1994), *Mundos Jóvenes, Mundos Adultos, Última Década*, Nº 16, CIDPAVIÑA DEL MAR, marzo 2002, PP. 99-118. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/107084752/017-Klaudio-Duarte-Mundos-Jovenes-Mundos-Adultos#scribd>
- DUMAZEIDER, J. (1968). *Hacia una civilización del ocio*. Barcelona: Estela.
- DURÁ, R. Precedentes, orígenes y evolución de los vídeo-clips. En: *Historia, estética e iconografía del videoclip musical* / coord. por Juan Antonio Sánchez, Francisco García, 2009, ISBN 978-84-9747-283-8, págs. 143-178
- DURAND, G. (2006). *Estructuras antropológicas del imaginario*. México, Fondo de Cultura Económica
- DURKHEIM, E. (1893). *The Division of Labor in Society*. Simon and Schuster, (1997)
- DURKHEIM, E. (1912). *Formas elementales de la vida religiosa*. (Traducción y estudio preliminar: Ramón Ramos), 1982. Madrid, AKAL. Disponible en: <http://www.cristhianlima.com.br/wp-content/uploads/2012/02/durkheim-emile-las-formas-elementales-de-la-vida-religiosa.pdf>
- DURKHEIM, E. (1975). Elementary Forms of the Religious Life. Citado en; *La sacralización del caos: el simbolismo de la música rock de Bernice Martin*. *Sociological Analysis* 40, 2 (1979). Disponible en: [http://www.cepchile.cl/dms/archivo\\_1865\\_124/rev48\\_bernice.pdf](http://www.cepchile.cl/dms/archivo_1865_124/rev48_bernice.pdf)
- ECO, U. (1994). *¿Cómo se hace una tesis?* España, Ediciones Gedisa.
- ECO, U. (2001). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen y Tusquets
- EGIDO, L. M. (1999). *Canción de autor y educación popular (1960-1980)*. Madrid, Ediciones de la Torre.
- EKMAN, A. K. (1999). The revival of cultural celebrations in regional Sweden. Aspects of tradition and transition, *Sociología Ruralis* 39 (3), pp. 280-293.
- ENCISO CARVAJAL, B. (2000). *La Biblioteca: bibliosistemática e información*. Alicante, Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.
- ENGLER, M. (1994). Theme towns: The pitfalls and alternative of image making. *Small Town*, 24 (4), 14-23. Citado en: LEW, A.A; HALL, M; y WILLIAMS, A.M.A. (2008) *Companion to Tourism*. Blackwell. Disponible en: <https://books.google.es/books?isbn=0470752262>
- ENGLEWOOD CLIFFS, NJ: PRENTICE, H: DURKHEIM, E. (1965). *Las formas elementales de la vida religiosa* (traducido por JW Swain). Nueva York: La Prensa Libre.

- ERICKSON, S.C. y KUSHNER, R.J. (1999). Public event networks: an application of marketing theory to sporting events. *European Journal of Marketing*. 33(3-4): 348 –364. University Press.
- ESMAN, M. (1984): «Tourism as ethnic preservation: The Cajuns of Louisiana», *Annals of Tourism Research*, vol. 11, pp. 451-467.
- ESTRADÉ I SALTO, A. (2003) *La mirada del sociólogo* Barcelona: Editorial UOC. Disponible en: <https://books.google.es/books?isbn=8497883071>
- EVANS, G. (2001). *Cultural planning: an urban renaissance*. Londres: Routledge.
- EVANS, G. (2005). Measure for measure: Evaluating the evidence of culture's contribution to regeneration. *Urban Studies*, 42(5/6), 959-983. doi: 10.1080/00420980500107102
- EYERMAN, R.; JAMISON, A. (1998). *Music and social movements. Mobilizing traditions in the twentieth century*. United Kingdom: The press syndicate of the University of Cambridge.
- FADANELLI, G. (2000), "Cultura subterránea", en MARTÍNEZ RENTERÍA, C., *CulturaContraCultura: diez años de contracultura en México*. México: Plaza Janés Crónica.
- FALASSI, A. (1987) *Time Out of Time: Essays on the Festival*. Albuquerque: University of New Mexico.
- FARRELL, D. (1978, 9 de septiembre), 110000 en Canada Jam. *Billboard*. Disponible en: <http://books.google.es/books?id=5SQEAAAAMBAJ&pg=PT2&dq=canada+jam+1978+mosport&hl=es#v=onepage&q=canada%20jam%201978%20mosport&f=false>
- FEIXA, C. (1998). *El reloj de arena: culturas juveniles*, México, Causa Joven-IMJ.
- FEIXA, C. (coord.) (2004). *Culturas juveniles en España (1960-2004)*. Madrid, Instituto de la juventud.
- FELSENSTEIN, D. y FLEISCHER, A. (2003). Local festivals and tourism promotion: The role of public assistance and visitor expenditure. *Journal of Travel Research*, vol. 41, nº4,385-392.
- FERNÁNDEZ MARCOS, L. (2006). *Historia del rock and roll*. Vigo, Cardeñoso.
- FOLGUEIRAS BERTOMEU, P. (2009). *Métodos y técnicas de recogida y análisis de información cualitativa*. Universidad de Barcelona. Disponible en: [http://www.fvet.uba.ar/postgrado/especialidad/power\\_taller.pdf](http://www.fvet.uba.ar/postgrado/especialidad/power_taller.pdf)
- Fonorama. (1963-1964). Citado en: OTAOLA GONZALEZ, P. (2012). La música pop en la España franquista: rock, ye-ye y *beat* en la primera mitad de los años 60, *ILCEA*, 16. Disponible en: <http://ilcea.revues.org/1421>
- FOOTE WHITE, W. (1993), *Street Corner Society: The Social Structure of an Italian Slum*, University of Chicago Sociological Series, USA, University Of Chicago Press.
- FORMICA, S. (1998). The Development of Festivals and Especial Events Studies. *Festival Management an Event Tourism*, 5, 131-137
- FORMICA, S. y MURRMANN, S. (1998): «The effects of group membership and motivation on attendance: An international festival case», *Tourism Analysis*, vol. 3, nº 3-4, pp. 197-207.
- FORMICA, S., y UYSAL, M. (1996). "A Market Segmentation of Festival Visitors: Umbria Jazz Festival in Italy." *Festival Management & Event Tourism*, 3: 175-182
- FORMICA. (1998). Citado en: *Contemporary Issues in Cultural Heritage Tourism*, editado por Jamie Kaminski, Angela M. Benson, David Arnold, Routledge, (2013). Disponible en: <https://books.google.es/books?isbn=1136663215>
- FOUCE, H. (2003). *El futuro ya está aquí: música pop y cambio cultural en España. Madrid 1978-1985* (Tesis Doctoral). Universidad Complutense de Madrid
- FOUCE, H. (2006). *El futuro ya está aquí. Música pop y cambio cultural*, Madrid, Veleció Editores.
- FREDLINE, E. (2006). Host and guest relations and sport tourism. In H. Gibson (Ed.), *Sport tourism: Concepts and theories* (pp. 131–147). London: Routledge.
- FREDLINE, L., JAGO, L. & DEERY, M. (2003). The development of a generic scale to measure the social impacts of events. *Event Management* 8(1):23-37
- FREY, B. & BUSENHART, I (1996). Special exhibitions and festivals: Culture's booming path to glory. En V.A. Ginsburg & M. Menger (Eds.), *Economics of the Arts. Selected Essays* (pp. 275-302). Amsterdam: Elsevier Science.

- FREY, B. (1997). La economía del arte. *Revista de libros segunda época*. nº 7-8 | 01/08/1997. Pp1-9
- FREY, B. (2010) La economía del arte. *Colección de estudios económicos*, 18. Servicio de estudios la Caixa. Disponible en: <http://www.ppge.ufrgs.br/giacomo/arquivos/econ-cultura/frey-2000.pdf>
- FREY, B. S. (1994). The economics of music festivals. *Journal of Cultural Economics*, 18(1), 29-39. doi: 10.1007/BF01207151
- FREY, B; y SERNA. A. (1993). La economía del arte: un nuevo campo de investigación. *Revista de Derecho Financiero y de Hacienda Publica*, 43 (228), nov-dic., pp. 1195-1208. Disponible en: [http://www.bsfrey.ch/articles/C\\_233\\_1993.pdf](http://www.bsfrey.ch/articles/C_233_1993.pdf)
- FRITH, S. (1983), *Sound Effects: Youth, Leisure and the Politics of Rock*, London, Constable.
- FRITH, S. (1987). "Towards an aesthetic of popular music" en VILA, P. (2014). *Music and youth culture in Latin America: identity construction processes from New York to Buenos Aires*. New York, Oxford University Press.
- FRITH, S. (1996). *Performing Rites: on the Value of Popular Music*. Oxford (UK): Oxford University Press.
- FRITH, S; STRAW, W; STREET, J. (2006) *La otra historia del rock: aspectos clave del desarrollo de la música popular: desde las nuevas tecnologías hasta la política y la globalización*. Ediciones Robinbook.
- GAITÁN MOYA, J. y PIÑUEL RAIGADA, J. L. (1998). *Técnicas de Investigación en Comunicación Social*. Editorial Síntesis. Madrid.
- GALÍ, N. (2005). La humanización de las imágenes emitidas por la publicidad de los destinos turísticos monumentales: el caso de Girona. *Pasos: Revista de turismo y patrimonio cultural*, 3(2): 273-281. Disponible en: <http://www.pasosonline.org/Publicados/3205/PS060205.pdf>
- GALLERO DIAZ , J. L. (1991). *Sólo se vive una vez. Esplendor y ruina de la movida madrileña*. Madrid: Árdora Ediciones.
- GAMERO ALIAGA, M. (2008). La metáfora de las tribus urbanas y tribus urbanas como metáforas. *INTERSTICIOS: Revista Sociológica de Pensamiento Crítico*, Vol. 2, Núm. 1, 131-133. Disponible en: <http://www.intersticios.es/article/viewFile/2346/1896>
- GÁMEZ, C. (1997). *Cuando todo era yé-yé, la música era pop y tú cantabas Bang-bang*, Valencia, Midons
- GARAYO URRUETA, J. M. (2001). La recuperación de Frédéric Le Play. *REIS*, n.º 93, enero-marzo, pp. 27-59. Disponible en: [dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/758123.pdf](http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/758123.pdf)
- GARCÍA CANCLINI, N. (2005). *La antropología urbana en México*. México, D. F.: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Universidad Autónoma Metropolitana: Fondo de Cultura Económica, ISBN: 968-16-7243-7
- GARCÍA FRAGOSO. N. (2014). *Análisis e interpretación de patrones musicales*. México
- GARCÍA NAHARRO, F. (2012). Cultura, subcultura, contracultura: "Movida" y cambio social (1975-1985). Universidad de La Rioja, 301-310. Disponible en: [dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4052246.pdf](http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4052246.pdf)
- GARCÍA, E. (2006). *Medio Ambiente y Sociedad. La civilización Industrial y los límites del Planeta*. Madrid: Editorial Alianza S.A.
- GARRIÓN, G. (1993). *Rock: pasaporte a la locura*. Elche: Alternativa 3.
- GARTNER, W.C. & HOLECEK, D.F. (1983). Citado en SOFOKLIS, G. S. y TSARTAS, P. (2009). Event tourism: Statements and questions about its impacts on rural areas. *Journal of Tourism*, Volume 4, Number 4, Spring 2009, pp. 293-310. Disponible en: <http://www.srcosmos.gr/srcosmos/showpub.aspx?aa=14080>
- GARZÓN RODRÍGUEZ, J. (2013). La religión de la Antigua Grecia. Dioses y rituales. *Revista de Clases historia*. Publicación digital de Historia y Ciencias Sociales. Artículo Nº 379 15 de julio de 2013 ISSN 1989-4988 DEPÓSITO LEGAL MA 1356-2011 pp. 2-24. Recuperado de: <http://www.claseshistoria.com/revista/2013/articulos/garzon-religion-griega.pdf>
- GEERTZ, C. (1973). *The Interpretation of Cultures: Selected Essays*. Nueva York: Basic.
- GERLITZ, P. A. (Productor). (2011). Mixery on Stage: 20 años Mayday (iMusic TV). Disponible en: <http://vimeo.com/22227463>
- GETZ, D. (1989). Special events, defining the product. *Tourism Management*, Vol. 10, No. 2. pp. 125-137

- GETZ, D. (1990). *Festival, special events, and tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold
- GETZ, D. (1993). «Festivals and special events». En: KHAN, M. A.; OLSEN, M. A; VAR, T. (ed.). *Encyclopedia of hospitality and tourism*. Nueva York: Van Nostrand Reinhold. Págs. 789- 810
- GETZ, D. (1994). Residents' attitudes towards tourism: A longitudinal study in Spey Valley, Scotland. *Tourism Management* 15(4):247- 258
- GETZ, D., ANDERSSON, T., y LARSON, M. (2007). Managing festival stakeholders: Concepts and case studies. *Event Management*, 10(2/3), 103–122.
- GEZT, D. & CHEYNE, J. (1997). Special event motives and behaviour. En C. Ryan (Ed.), *The Tourist Experience* (pp. 136-154). Londres: Cassell.
- GEZT, D. (1991). *Festivals, Special Events, And Tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold
- GEZT, D. (1997). *Event Management and Event Tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation
- GEZT, D. (2002). Why Festivals Fail. *Event Management*, 7. New York: Cognizant Communication Corp: 209-219.
- GEZT, D. (2010). The nature and scope of festival studies. *International Journal of Event Management Research, Volume 5, (Number 1)*, 1-47. Recuperado de <http://www.ijemr.org/wp-content/uploads/2014/10/Getz.pdf>
- GEZT, D. and ANDERSSON, T. (2008) Stakeholder Management Strategies of Festivals. *Journal of Convention and Event Tourism*, Vol. 9(3).
- GEZT, D. y FRISBY, W. (1988) Evaluating Management Effectiveness in Community-Run Festivals. *Journal of Travel Research(summer)*: 22-27
- GIBSON, CH., y CONNELL, J. (2005). *Music & Tourism: On the Road Again*. Channel View Publications. En: [info:NvfHkQvew18J:scholar.google.com](http://info:NvfHkQvew18J:scholar.google.com)
- GIBSON, L. y STEVENSON, D. (2004). Urban space and the uses of culture. *International Journal of Cultural Policy*: 10(1), 1-4. doi: 10.1080/1028663042000212292
- GILBERT, G; PEARSON, E. (2003). *Cultura y política de la música dance*. Barcelona: Paidós.
- GILLET, Ch. (2008). *Historia del Rock*. Barcelona, Ma Non Troppo
- GIUNTA, C. (2008). *L'assedio del presente. Sulla rivoluzione culturale in corso*. Bologna: Il Mulino.
- GLOAG, K, (2012). Postmodernism in Music. Cambridge University Press. Disponible en: <https://books.google.es/books?isbn=0521151570>
- GLOWACKA PILET, D. (2004) La música y su interpretación como vehículo de expresión y comunicación. *Revista: Comunicar* 2004 (23) ISSN impreso: 1134-3478 ISSN electrónico: 1988-3293, pp 57-60. Recuperado en: <http://www.redalyc.org/pdf/158/15802310.pdf>
- GLUCKSMANN, R. (1935) *Fremdenverkehrskunde*. Citado en KNEBEL, H.J. (1974) *Sociología del Turismo, Cambios estructurales en el turismo moderno*. Ed. Hispano Europea, Barcelona.
- GOFFMAN, E. (1953). *Communication conduct in an island community*. Chicago: Department of Sociology, University of Chicago
- GOFFMAN, E. (1967), *Interaction Ritual: Essays in Face to Face Behavior*, (2005). Aldine Transaction. Disponible en: [http://books.google.es/books?id=qDhd138pPBAC&pg=PR3&hl=es&source=gbs\\_selected\\_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false](http://books.google.es/books?id=qDhd138pPBAC&pg=PR3&hl=es&source=gbs_selected_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false)
- GOLDBLATT, J. J. (1990). *Special events: the art and science of celebration*. N.Y: Van Nostrand Reinhold
- GÓMEZ ENCINAS, L. (2012). El modelo de los tipos ideales para la presentación del “homo turístico”. Elementos para una sociología del turismo. *Revista Prisma social*. Nº 9 (dic 2012-may 2013) Revista de Ciencias Sociales. ISSN: 1989-3469. Disponible en: <http://www.isdfundacion.org/publicaciones/revista/numeros/9/secciones/tematica/pdf/03-homo-turisticus.pdf>
- GÓMEZ, A. (2007). Análisis de los activos del valor de marca turística: diferenciación, gestión de imagen, calidad percibida, fidelización, el marketing de viva voz y la comunicación integrada. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, núm. 40, p. 591-630. Disponible en: <http://www.rcumariacristina.com/wp-content/uploads/2010/12/JAALMUDENAGOMEZ.pdf>



- GÓMEZ, R. (1994). *El Rock: Historia Y Análisis Del Movimiento Cultural Más Importante Del Siglo XX*. Madrid, Editorial del Drac.
- GONZÁLEZ FERRER, J.R. (2006). Conceptuación del Producto Turístico: Dar sentido al concepto para su gestión. *Investigación y Marketing - Nº 92*: 42-48 Centro de Estudios Turísticos. Universidad de Holguín. Cuba. En: <http://www.aedemo.es/aedemo3/socios/revista92/ad-92-06.pdf>
- GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, S. (2000), "Alternar siempre enriquece", en MARTÍNEZ RENTERÍA, C., *CulturaContraCultura: diez años de contracultura en México*. México: Plaza Janés Crónica.
- GONZÁLEZ, F. (2007). «Acontecimientos culturales en las ciudades y los destinos turísticos catalanes». En: P. VIVAS, R. RIVERA i F. GONZÁLEZ (coords.). «*Ciudades en la sociedad de la información*». [En línea]. *UOC Papers*. N.º 5. UOC. [Fecha de consulta: 24/07/2014]. [http://www.uoc.edu/uocpapers/5/dt/esp/gonzalez\\_francesc.pdf](http://www.uoc.edu/uocpapers/5/dt/esp/gonzalez_francesc.pdf) ISSN 1885-1541.
- GONZALO, P. (2005): «El turismo cultural de Festivales y Eventos como herramienta para la segmentación de la demanda turística», *Investigación y Marketing*, nº 87, pp. 25-30. Disponible en: <http://www.aedemo.es/aedemo3/socios/revista87/ad-87-04.pdf>
- GOODMAN, Percibal; y GOODMAN, Paul. (1947). *Communitas Means Of Livelihood And Ways Of Life*, (1960). Nueva York, Vintage Books. Disponible en: <https://archive.org/details/communitasmeanso010751mbp>
- GORNEY, S. M; y BUSSER, J. A. (1996). The effect of participation in a special event on importance and satisfaction with community life. *Festival Management & Event Tourism*, 3(3), 139-148.
- GRABNER, H. (2001). *Teoría general de la música*. Barcelona, Akal.
- GRAHAM, St. J. (2011). Party, Love and Profit: The Rhythms of the Love Parade (Interview with Wolfgang Sterneck). *Dancecult: Journal of Electronic Dance Music*, 2 (1). DOI: 10.12801/1947-5403.2011.02.01.14. Disponible en: <https://dj.dancecult.net/index.php/dancecult/article/view/304/290>
- GRAS, M. (2006). *Punk: tres décadas de resistencia* (2ª ed). Llinars del Vallés: Quartena Ediciones.
- GREENWOOD, D. (1972). Tourism as an agent of change: A Spanish Basquecase study. *Ethnology*, 11, 80–91
- GREENWOOD, D. J. (1992) "La cultura al peso: perspectiva antropológica del turismo en tanto proceso de mercantilización cultural", en V. L. Smith (ed.), *Anfitriones e invitados*. Madrid, Endymion
- GREGORY, H. (1999). *Un Siglo De Pop: Cien Años De Música Que Cambiaron El Mundo*. Barcelona, Blume.
- GRIBIN, A; y SCHIFF, M. (2000). *The Complete Book of Doo-wop*. Wisconsin: krause publications.
- GRIBIN, A; y PASSERON, J.C. (1992). *Lo culto y lo popular*. Madrid: Ediciones de la Piqueta
- GROSSBER, L. (1993). *The media economy of rock culture: cinema, postmodernity and authenticity. Sound and vision. The music video reader*. London, Routledge.
- GROSSBERG, L (1992). "Cultural Studies in the Future Tense" en CITRO, S. (2008). El rock como ritual adolescente. Tránsito y realismo grotesco en los recitales de Bersuit. *TRANS (Revista Transcultural de Música/Transcultural Music Review)* 12. Editado por Pablo Vila y Pablo Semn. <http://www.sibetrans.com/trans/trans12/art03.htm>. Recuperado en: [http://minhateca.com.br/gilsonamorim01/IDIOMAS/Espanhol/CITRO\\*2c+S.++El+rock+como+ritual+adolescente,64426583.pdf](http://minhateca.com.br/gilsonamorim01/IDIOMAS/Espanhol/CITRO*2c+S.++El+rock+como+ritual+adolescente,64426583.pdf)
- GUZMAYÁN, C. (2004). *Internet y la investigación científica: el uso de los medios y las nuevas tecnologías en la educación*. Coop. Bogotá: Editorial Magisterio.
- GUBA, E. (coord.) (1990). *The paradigm dialog*. Newbury Park. EE.UU: Sage.
- GUILLET, C. (2008). *Historia del rock: el sonido de la ciudad*. Barcelona, ediciones Robinbook
- GUNN, C.A; WICKS, B.E. (1982). A Study of Visitors to Dickens Evening on the Strand. Galveston Historical Foundation, Galveston, Texas
- GURSOY, D., KIM, K, & UYSAL, M. (2004), "Perceived Impacts of Festivals and Special Events by Organisers: An Extension and Validation", *Tourism Management*, 25 (2), 171-181.

- GURSOY, D., SPANGENBERG, E. y RUTHERFORD, D. (2006): «The hedonic and utilitarian dimensions of attendees' attitudes toward festivals», *Journal of Hospitality and Tourism Research*, vol.30, nº 3, pp. 279-294.
- HALL, C. M. (2007): *Tourism planning. Policies, processes and relationships*. (2ªed.). Har-low: Prentice Hall.
- HALL, M. (1989). The definition and analysis of hallmark tourist events. *Geolournal*, 19 (3). Disponible en: <http://link.springer.com/article/10.1007%2FBF00454570>
- HALL, P. (2000). Creative cities and economic development. *Urban Studies*, 37(4), 639-649. doi: 10.1080/00420980050003946
- HALL, S., y JEFFERSON, T. (1978.). Resistente throught Rituals: Youth Subcultures in Post War Britain. *American Journal of Sociology* Vol. 84, No. 3 (Nov., 1978), pp. 789-791. The University of Chicago Press. Disponible en: <http://www.jstor.org/stable/2778288>
- HALL, S., y JEFFERSON, T. (2005), *Resistance through Rituals: Youth Subcultures in Post War Britain*, University of Birmingham.
- HANNERZ, U. (1982), "Etnógrafos de Chicago", en *Exploración de la ciudad: hacia una antropología urbana*. México, Fondo de Cultura Económica.
- HARVEY, D. (1989) *The Condition of Postmodernity*. Oxford: Basil Blackwell.
- HARVEY, D. (1989). From managerialism to entrepreneurialism: the transformation in urban governance in late capitalism. *Geografiska*, vol. 71 B (1), pp.3-17. Disponible en: <http://www.fcp.uncu.edu.ar/upload/harvey1989-from-managment-to-empresaurialism.pdf>
- HAWKINS, D.E. & GODBLATT, J.J. (1995), Event Management: Implications for Tourism Education, *Tourism Recreation Research*, 20(2), pp.42-45.
- HEATLEY, M. (2007). *Rock & Pop: La historia completa*. Ediciones Robinbook. Disponible en: [books.google.es/books/about/Rock\\_Pop.html?id=oUXe40Z2FBwC](books.google.es/books/about/Rock_Pop.html?id=oUXe40Z2FBwC)
- HEDBIGE, D. (2002) *Subcultura: el significado del estilo*. Londres, Routledge. Originalmente publicado en 1979 por Methuen and Co. Ltd.
- HEDE, A., JAGO, L., y DEERY, M. (2004). Segmentation of special event attendees using personal values: Relationships with satisfaction and behavioural intentions.
- HEINZ, D. (1996). Nueva guía para la investigación científica. México: Editorial planeta mexicana. Disponible en: <http://www.ceuarkos.com/heinz.pdf>
- HERNÁNDEZ MENDO, A. y MORALES SÁNCHEZ, V. (2008) Una revisión teórica: ocio, tiempo libre y animación sociocultural *Revista Digital - Buenos Aires - Año 13 - Nº 127 - Diciembre de 2008*. Universidad de Málaga. Disponible en: <http://www.efdeportes.com/efd127/una-revision-teorica-ocio-tiempo-libre-y-animacion-sociocultural.htm>
- HERNÁNDEZ SALAZAR, P. (2006). "El usuario de la información", en H. A. Figueroa Alcántara y C.A. Ramírez Velázquez (Coord.), *Servicios bibliotecarios* (pp. 209-227), México: Facultad de Filosofía y Letras, Dirección General del Personal Académico.
- HERNÁNDEZ SAMPERI, R., FERNÁNDEZ COLLADO, C.M., BAPTISTA LUCIO, P. (1991). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill, 2010. Disponible en: <http://es.slideshare.net/albescas/metodologa-de-la-investigacin-hernndez-sampieri-8385385>
- HERRERA -USAGR E, M. (2012): "El impacto del intercambio de música sobre la compra de discos y la asistencia a conciertos. El caso de España". *Papers. Revista de Sociología*, N.º. 97 (4), 751-772.
- HESMONDHALGH, D. (2008). Towards a Critical Understanding of Music, Emotion and Self-Identity, *Consumption, markets and culture*. 11.4: 329-343.
- HICKS, M. (2000). *Sixties Rock: Garage, Psychedelic, and Other Satisfactions Music in American Life*. Chicago, University of Illinois Press
- HOBBSAWN, E. (1983). *Invencción de la tradición*. Barcelona, Crítica. Disponible en: <http://rfdvcatedra.files.wordpress.com/2013/08/hobsbawm-la-invencion-de-la-tradicion.pdf>
- HOOPER, J. (1987). *Los españoles de hoy*. Buenos Aires, Javier Vergara.
- HORKHEIMER, M., y ADORNO Th. W., (1944): *Dialéctica de la Ilustración*, Trotta, Madrid, 2003.

- HORMIGOS RUIZ, J. (2012). La sociología de la música. Teorías clásicas y puntos de partida en la definición de la disciplina. *BARATARIA Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, 14, 75-84, ISSN: 1575-0825, e-ISSN: 2172-3184
- HORMIGOS, J. MARTÍN, A. (2004). La construcción de la identidad juvenil a través de la música. *RES. Revista Española de Sociología*, ISSN 1578-2824, Nº. 4, 2004, págs. 259-270. Disponible en: <http://www.fes-web.org/uploads/files/res/res04/11.pdf>
- HORVATH, A., BJORN, Th., y HARALD, W. (2009). Introduction: Liminality and Cultures of Change. *International Political Anthropology Vol. 1*, p.1-2. (6 December 2011)
- HUBERMAN, A. y MILES, M. (2000). Métodos para el manejo y el análisis de datos. En: Denman, C., Haro, J. (Comp.). Por los rincones. Antología de métodos cualitativos en la investigación social. Hermosillo: El Colegio de Sonora. 253-300.
- HUGHES, H. L. (1996).Redefining cultural tourism. *Annals of Tourism Research*, (23), 707-709. Citado en SANTANA TALAVERA, A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. *Horiz. antropol.* 9 (20) Porto Alegre Oct. 2003. En: <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-71832003000200003>
- HUGHES, H. L. (2006) "Gay and lesbian festivals: Tourism in the change from politics to party". En: Picard, D. & Robinson, M. (eds.) *Festivals, Tourism and Social Change*. Channel View Publications. Clevedon, pp. 238-254
- HUNZIKER, W y KRAPF, K. (1942) *Grundriss der Allgemeine Fremdenverkehrslehre (Fundamentos de la Teoría General del Turismo)*. Zurich, Verlag.
- HUQ, R. (2006). *Beyond subculture: pop, youth and identity in a postcolonial world*. London, Routledge.
- HURTADO Y TORO. (1998).*Paradigmas y métodos de investigación en tiempos de cambio*. Valencia Venezuela: Editorial Episteme Consultores Asociados
- INFANTE AMATE, P. (sin fecha). Música, revolución cultural, postmodernidad: actualidad y problemática. *Leitmotiv* pp. 30-34. Disponible en: <http://www.conservatoriosuperiorgranada.com/revista/maquetados/Articulo%20Pablo%20Infante%20Amaten2.pdf>
- IÑIGO, J. M. (2004) *Cuando éramos jóvenes. España años 60: recuerdos de una década apasionante*, Madrid, La esfera de los libros.
- IRLES, G. (1997). *Solo para fans: la música ye-ye y pop española de los años 60*. Madrid, Alianza Editorial
- IVO, S. (1988). Sociología musical e historia social de la música. *Papers: Revista de sociología*, Núm. 29, 79-108. En: [www.raco.cat/index.php/Papers/article/download/25016/56403](http://www.raco.cat/index.php/Papers/article/download/25016/56403)
- JACKSON, L. A. (2008), "Residents' Perceptions of the Impact of Special Event Tourism", *Journal of Place Management and Development*, 1 (3), 240-255
- JAFARI, J. (2005).El turismo como disciplina científica. The Scientification of Tourism. *Política y Sociedad Vol. 42(1)*.pp39-56. Department of Hospitality and Tourism. University of Wisconsin-Stout. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/viewFile/POSO0505130039A/22996>
- JAFARI, J. (1977). Editor's Page. *Annals of Tourism Research*, 5, (1), 6-11.
- JAFARI, J. (1987): Tourism Models: The Sociocultural Aspects. *Tourism Management* 8:151-159. Disponible en: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0261517787900239>
- JENKS, C. (2005), *Subculture: the fragmentation of the social*, London, Sage.
- JENNING, G. (2001). *Tourism research*. Queensland, John Wiley & Sons, Inc,
- JEPSON, A; y CLARKE, A. (2012). Community Festivals and Community Development: Inclusive or Exclusive events. Chapter accepted after amendments forthcoming in Robinson et al (2012) *Research Themes in Events*. Wallingford, CABI. Disponible en: [https://www.academia.edu/1614935/Community\\_Festivals\\_and\\_Community\\_Development\\_Inclusive\\_or\\_Exclusive\\_events](https://www.academia.edu/1614935/Community_Festivals_and_Community_Development_Inclusive_or_Exclusive_events)
- JIMÉNEZ DOMÍNGUEZ, B. (2000). Investigación cualitativa y psicología social crítica. Citado en: SALGADO LÉVANO, A. C. (2007).Investigación cualitativa: diseños, evaluación del rigor metodológico y retos.

- LIBERABIT v.13 n.13, 71-78. Disponible en: <http://www.scielo.org.pe/pdf/liber/v13n13/a09v13n13.pdf>
- JIMÉNEZ GUZMÁN, L. F. (1986). *Teoría Turística: un enfoque integral del hecho social*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- JIMÉNEZ MORALES, M., SAN EUGENIO VELA, J. (2009) La organización de eventos como estrategia identitaria y evocadora de imagen turística. Estudio de caso: Girona Temps de Flors. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* [en línea] 2009, 7 [fecha de consulta: 20 de diciembre de 2013] Disponible en: <<http://redalyc.org/articulo.oa?id=88111633006>> ISSN 1695-7121
- JIMÉNEZ, M., SAN EUGENIO, J (2009). Identidad territorial y promoción turística: la organización de eventos como estrategia de creación, consolidación y difusión de la imagen de marca del territorio. *Zer*, Vol. 14 – Núm. 26 ISSN: 1137-1102 pp. 277-297. En: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer26-13-jimenez.pdf>
- JONKER, J. A. (2004). The strategic identification and integration of critical success factors to achieve international competitiveness for South Africa as a tourism destination. (Tesis Doctoral), Universidad de Pretoria, South Africa.
- JOYCE, K. M. (2004). Return on...What?. *Promo Magazine*. (Ideas, connections, brands). Scene and Heard. Promo Magazine.
- JURDAO, F. (1992). *Los mitos del turismo*. Madrid: Endimión.
- KAHN-HARRIS, K. (2004), "Introduction", en BENNETT, A., y KAHN-HARRIS, K.(2004), en *After Subculture: Critical Studies in Contemporary Youth Culture*, London, Palgrave Mcmillan.
- KAISER, R. U. (1974) *El mundo de la música pop*. Barcelona, Barral, citado en: Fabio Salas Zuñiga, (2001) *El grito del amor: una actualizada historia temática del rock*. Santiago: Editorial LOM
- KANDINSKY, W. (1989). *De lo espiritual en el arte*. Premia Editores, 1979. Disponible en: <http://losdependientes.com.ar/uploads/gwgigs8g12.pdf>
- KAY, P. (2004). Cross-cultural research issues in developing international tourist markets for cultural events. *Event Management*, 8 (4), 191–202.
- KERLINGER, F.M. (1975): *Investigación del comportamiento. Técnicas y metodología*. México: Nueva Editorial Interamericana
- KEROUAK, J (1957). *On the Road*. Traducción: Martín Lendínez. Barcelona: Editorial Bruguera, 1981. Disponible en: <http://jackkerouac.webcindario.com/enelcamino.pdf>
- KHATCHIKIAN, M. (2000). *Historia del Turismo*. Lima: Editorial de la Universidad San Martín de Porres.
- KING, B., PIZAM, A. & MILMAN, A. (1993). Social impacts of tourism: host perceptions. *Annals of Tourism Research*, 20, 650-655
- KNEBEL, H. J. (1960). *Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus*. Stuttgart: Enke.
- KNEIF, T. (1971). *Musiksoziologie*. Colonia: Gerig.
- KNIGHT, B.L. (Sin fecha). Rock in the Name of Progress (Part VI -"Thelonius Punk") [tripod.com] en: <http://vermontreview.tripod.com/essays/progressif6.htm>
- KOHL, P. (1993). Looking Through a Glass Onion: Rock and Roll as a Modern Manifestation of Carnival. *The Journal of Popular Culture* 27(1) pp 143-162. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=343534>
- KRAFT, K. (1954). La Notion du Tourisme. Berna : Revue de Turisme
- KRUEGER, R, A. (1991). *El grupo de discusión: guía práctica para la investigación aplicada*. Madrid, Pirámide.
- KUHN, T. (1980). *La Estructura de las Revoluciones Científicas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- LABÁN, R. (1989). *Música Rock y Satanismo*. Mexico, Ediciones Arco Iris. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/143506385/113605221-Rene-Laban-Musica-Rock-y-Satanismo-pdf>
- LAIHO, S. (2004). The Psychological Functions of Music in Adolescence. *Nordic Journal of Music Therapy*, 13: 1, 47-63
- LANGER, S (1942). *Philosophy in a New Key: A Study in the Symbolism of Reason, Rite and Art*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.



- LEE, CH., LEE, Y., y WICKS, B. E. (2004). Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction. *Tourism Management*, Volume 25, Issue 1, February 2004, Pages 61–70
- LEO GARCÍA, D. (2006), *Urbi et orbi*. Madrid: Ediciones Hiperión.
- LIANG, Y; ILLUM, S. F: y COLE, S. T. (2008), Benefits received and behavioural intentions of festival visitors in relation to distance travelled and their origins. *International Journal of Event Management Research*. Volume 4, Number 1, 2008 SSN 1838-0681
- LINARES ARGÜELLES, M.; PINDADO USLÉ, J.; y AEDO PÉREZ, C. (1985). *Gran Enciclopedia de Cantabria* (Tomo VI). Santander: Editorial Cantabria
- LIPOVETSKY, G. (1987), *El imperio de lo efímero, la moda y el destino en las sociedades modernas*, Barcelona, Anagrama.
- LIPOVETSKY, G. (2002), *La era del vacío*, Barcelona, Anagrama.
- LITVIN, S.W., CROTTTS, J.C., BLACKWELL, C. y STYLES, A. (2006). "Expenditures of Accommodations Tax Revenue: A South Carolina Study." *Journal of Travel Research*, 45(6):150-157.
- LLOPIS GOIG, Ramón (2012) *Mega eventos deportivos: perspectivas científicas y estudios de caso*. Barcelona, Editorial UOC.
- MACCANNELL, D. (1973). Staged Authenticity: Arrangements of Settings Space in Tourist. *The American of Sociology*, vol 79, nº 3, 589-603. Disponible en: <http://www.travel-studies.com/sites/default/files/MacCannel%20Staged%20Authenticity.pdf>
- MACCANNELL, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken Books.
- MACKELLAR, J. (2006). Special interest events in a regional destination—Exploring differences between specialist and generalist events. In C. Arcodia, M. Whitford, & C. Dickson (Eds.), *Global events congress proceedings* (pp. 176–195). Brisbane: University of Queensland.
- MAFFESSOLI, M. (2004), "Juventud el tiempo de las tribus y el sentido nómada de la existencia", *Jóvenes: revista de estudios sobre juventud*, Edición año 8, Nº 20, México D.F., enero-julio 2004, pp. 28-41
- MAFFESSOLI, M. (2004), *El tiempo de las tribus: el ocaso del individualismo en las sociedades postmodernas*, México, Editorial Siglo XXI.
- MAGAÑA CARRILLO, I. (2012). La metodología cualitativa: útil en la investigación de la competitividad de la alta dirección empresarial japonesa. *Revista de Economía, Sociedad, Turismo y Medio Ambiente RESTMA*, Nº 14, pp. 9-32..
- MAISONNEUVE, J. (1991), *Ritos religiosos y civiles*, Barcelona. Citado en Borobio, D. (2011). Familia, ritos y fiesta, *FAMILIA* 43 (2011) 11-25. Universidad Pontificia de Salamanca. Disponible en: <http://summa.upsa.es/pdf.raw?query=id:0000030604>
- MALBON, B. (1998). "Clubbing: Consumption, Identity and the Spatial Practices of Every-Night Life." In T. Skelton, and G. Valentine, eds., *Cool Places: Geographies of Youth Cultures*, pp. 266–86. London: Routledge
- MALBON, B. (1999). *Clubbing: Dancing, Ecstasy and Vitality*. London: Routledge
- MALHOTRA, N. K. (1997): *Investigación de Mercados. Un Enfoque Práctico*, 2ª ed., México:Prentice-Hall.
- MALLAS CASAS, S. (1996). *Rock: veneno para el cerebro*. Barcelona: Oikos-Tau, S.A. Ediciones
- MANSON, N; PLANAS, J. (2007). *Dentro de Pink Floyd*. Barcelona: Ma Non Troppo.
- MARCELO, C. (Coord.) (1995). *Desarrollo profesional e iniciación a la enseñanza*. Barcelona: PPU.
- MARGULIS, M. Y URRESTI, M. (1998). "La construcción social de la condición de juventud", en "Viviendo a Toda". Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades, pp. 3-21, Universidad Central – DIUC – Siglo del Hombre Editores, Bogotá 1998. 326 páginas, ISBN 958-665-011
- MARTEL, F. (2011). *Cultura mainstream*. España: Editorial Taurus.
- MARTÍ, J. (2000), *Más allá del arte. La música como generadora de realidades sociales*, Barcelona, Deriva.
- MARTÍN SERRANO, M. (1994). *Historia de los cambios de mentalidades de los jóvenes entre 1960-1990*. Madrid: Instituto de la Juventud.
- MARTIN, P. (1995): *Sounds and Society: Themes in the Sociology of Music*. Manchester University Press

- MARTÍNEZ RENTERÍA, C. (2000). *CulturaContraCultura: diez años de contracultura en México*, México, Plaza Janés Crónica.
- MASLOW, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, Vol. 50(4), Jul 1943, 370-39
- MASON, P. (2003). *Tourism impacts. Planning and management*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- MATHIESON, A. y WALL, G. (1990). *Turismo: repercusiones económicas, físicas y sociales*. México, Trillas.
- MAUSS, M. (1979). *Sociology and Psychology: Eassys*. Translated by Ben Brewster. London: Routledge & Kegan Paul. (1935)
- MAXWELL, J. (2004). Re-emergent scientism, postmodernism, and dialogue across differences. *Qualitative Inquiry* 10 (1), 35–41.
- MAXWELL, J. (1996). Qualitative Research Design: An Interactive Approach. *Sage Publicatios*, Páginas 1-13. (Traducción de María Luisa Graffigna). Disponible en: <http://www.catedras.fsoc.uba.ar/guemure/bibliografia/Maxwell1.pdf>
- MAYFIELD, T., y CROMPTON, J. (1995). The status of the marketing concept among festival organizers. *Journal of Travel Research*, Spring, 14–22.
- MAZÓN, T. (2001). *Sociología del Turismo*. Madrid: Centro de estudios Ramón Areces.
- MEHMETOGLU, M., y ELLINGSEN, K. (2005). Do small-scale festivals adopt “market orientation” as a management philosophy? *Event Management*, 9 (3), 119–132
- MEJÍAS, I. (2001), *La identidad juvenil desde las afinidades musicales*. Madrid: Injuve.
- MELECHI, A. 1993. The Ecstasy of disappearance. In *Rave off: Politics And deviance in contemporary youth culture*, Edited by S. Redhead, 29–40. Aldershot: Avebury
- MÉNDEZ DE LA MUELA, G. (2003): *La Sociología del Turismo como Disciplina* en Rubio Gil, Á. (Coord.) *Sociología del Turismo*, 43-81. Barcelona: Ed. Ariel Turismo.
- MEYER, L (1956): *Emotion and Meaning in Music*. Chicago and London: University of Chicago Press.
- MILES, S. (1995), “Towards an understanding of the relationship between youth identities and consumer culture”, *Youth and Policy*, 51, pp. 34-45.
- MILL, R. C., & MORRISON, A. M. (1985). *The tourism system: An introductory*. Engelwood Cliffs, N.J.: Prentice Hall
- MILMAN, A. & PIZAM, A. (1988). Social impacts of tourism on Central Florida. *Annals of Tourism Research*, 15, pp. 191-204.
- MILMAN, A., REICHEL, A., y PIZAM, A. (1990). The Impact of Tourism on Ethnic Attitudes: The Israeli-Egyptian Case. *Journal of Travel Research*, 29, 45-49.
- MIOSSEC, J. M. (1977). L’image touristique comme introduction à la géographie du tourisme. *Annales de Géographie*, 473. Paris 55-70.
- MITFORD, N. (1959). The tourist. *Encounter* 1 3(4), 3-7.
- MITHEN, S. (2006). *The Singing Neanderthals: The Origins of Music, Language, Mind and Body*. Harvard University Press
- MOLINA, J.C. (2000). Juventud y tribus urbanas. *Última Década*, 13, 2000:121-140. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-22362000000200007>
- MOLINER, M. (1988). *Diccionario de uso del español*. Madrid: Gredos.
- MONTANER MONTEJANO, J., (1996a). *Estructura del mercado turístico*. Madrid: Ed.Síntesis.
- MONTANER, J. (1996b). *Psicosociología del Turismo*. Madrid: Ed. Síntesis.
- MONTECUBIO CORDERO, J. C; MENDOZA ONTIVEROS, M. M. y LUQUE GUERRERO, A. Impactos sociales de la feria internacional del caballo en México: Una perspectiva local. *Estud. perspect. tur.* [online]. 2010, vol.19, n.6 [citado 2013-12-11], pp. 1090-1104. Disponible en: [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322010000600012&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322010000600012&lng=es&nrm=iso). ISSN 1851-1732.
- MONTES DEL CASTILLO, A. (1993). Una propuesta para la definición de la cultura. Artículo: “El concepto de la cultura” en Proyecto Docente de Antropología Social Murcia: Universidad de Murcia. Disponible en: [http://enxarxats.intersindical.org/nee/CE\\_defcultura.pdf](http://enxarxats.intersindical.org/nee/CE_defcultura.pdf)

- MORENO FERNÁNDEZ, S. (2005). Nueva era y contracultura. *Revista casa del tiempo*. Julio-agosto 2005. 51-62. Recuperado en [http://www.uam.mx/difusion/revista/julio\\_agosto2005/51\\_62.pdf](http://www.uam.mx/difusion/revista/julio_agosto2005/51_62.pdf)
- MORIN, V. (1983). *Tratamiento periodístico de la Información*. Mitre. Barcelona
- MOSCARDO, G. (2008). Analyzing the role of festivals and events in regional development. *Event Management*, 11(1-2), 23-32.
- MUGGLETON, D. (2000), *Inside Subculture: The Postmodern Meaning of Style*, Oxford, Berg.
- MUÑOZ GONZÁLEZ, G. MUÑOZ GAVIRIA, D.A. (2008). La ciudadanía juvenil como ciudadanía cultural: una aproximación teórica desde los estudios culturales. *Revista Argentina de Sociología*, v.6 n.11 Buenos Aires jul/dic 2008 (versión On-line) ISSN 1669-3248. Disponible en:[http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=s1669-32482008000200011&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=s1669-32482008000200011&script=sci_arttext)
- MUÑOZ, B. (1995). *Teoría de la pseudocultura: estudios de sociología de la cultura y de la comunicación de masas*. Madrid, Fundamentos.
- MUÑOZ, B. (2000). *Theodor W. Adorno: teoría crítica y cultura de masas*. Madrid, Fundamentos.
- MUÑOZ, B. (2005). *Cultura y comunicación: introducción a las teorías contemporáneas*. 2ª ed., Madrid, Fundamentos.
- NASH, D. (1994) A research agenda on the variability of tourism, en Smith, V. L. y Eadington, W. R. (ed). *Tourism alternatives*, 216-225.
- NASH, D. (1992): El turismo considerado como una forma de imperialismo. En: Smith, V. L. (Ed.) *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo*. Madrid: Endymion
- NAVARRO, J. et. al. (1998), *El mundo de la música, grandes autores y grandes obras*. Madrid: Océano.
- NÉGRIER y JOURDA (2006). *Les nouveaux territoires des estivals*. Montpellier: OBSERVATOIRE DES POLITIQUES PUBLIQUES EN EUROPE DU SUD
- NÉGRIER, E.; DJAKOUNE, A.; JOURDA, M. (2010) *Les publics des festivals*. Michel de Maule/France Festivals: Paris.
- NEULINGER, J. (1981). *The Psychology of Leisure* (segunda edición). Springfield, IL: Charles C. Thomas.
- NICHOLSON, R. E. y PEARCE, D. G. (2001): «Why do people attend events: A comparative analysis of visitor motivations at four south island events», *Journal of Travel Research*, vol. 39, pp. 449-460.
- NIETO, J. A. (1975) Turismo: ¿democratización o imperialismo? *Revista de Estudios Sociales*, 14-15. Centro de Estudios Sociales del Valle de los Caídos
- NIETZSCHE, F. (2002). *Crepúsculo de los ídolos*. Madrid: Ed. EDAF. Disponible en: <https://books.google.es/books?isbn=8441409781>
- NISBET, R. A. (1966). *The sociological tradition*. Nueva York: Basic Books.
- NOVAL, A. J. (1936). *The tourist industry: a nacional and internacional survey*. Londres: Pitman.
- NUÑEZ, Th. A. (1963). Tourism, tradition and acculturation. *Weekendismo in a Mexican village. Ethnology* 2(3), 347-52.
- NYE, J. (2003). *La paradoja del poder norteamericano*. Madrid, Taurus.
- NYE, J. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York. Public Affairs.
- O'GRADY, A. (2013) Exploring festival performance as a state of encounter. School of Performance and Cultural Industries, University of Leeds, 10.1177/1474022212473532 *Arts and Humanities in Higher Education April/July 2013 vol. 12 no. 2-3 268-283*
- O'CONNOR, J. K. (2005). *The Eurovision Song Contest 50 Years The Official History*. Londres: Carlton Books Limited.
- OGILVIE, F. W. (1933). *The tourist movement*. London: P. S. King.
- ORDOVÁS, J. (1987). *Historia de la música pop española*, Madrid, Alianza Editorial.
- OROSA PALEO, I.; WIJNBERG, N. M. (2006) Classification of popular music festivals: a typology of festivals and an inquiry into their role in the construction of music genres. *International Journal of Arts Management* 8 (2), 1-32.
- ORTEGA Y GASSET, J. (2003). *La rebelión de las masas*. Madrid: Tecnos.
- ORTIZ-OSÉS, A; y ORESANZ, A (1976). *Contracultura y revolución*. Madrid: Castellote ediciones.

- O'SULLIVAN, D; y JACKSON, M.J. (2002). Festival tourism: A contributor to sustainable local economic development? *Journal of Sustainable Tourism*, 10(4), 325-342.
- OTAOLA GONZALEZ, P. (2012). La música pop en la España franquista: rock, ye-ye y *beat* en la primera mitad de los años 60 , *ILCEA*, 16. Disponible en: <http://ilcea.revues.org/1421>
- PADDISON, R. (1993) City marketing. Image reconstruction and urban regeneration, *Urban Studies*, 30 (2), pp.339-350.
- PADILLA LOZANO, F. (2000). Cultura y modernidad. *Investigación y ciencia*. Universidad Autónoma de Aguascalientes, Centro de Ciencias sociales Sociales y Humanidades Aguascalientes, México, 2000, num 23 jul-dic. p 43-59. Recuperado de: <http://www.uaa.mx/investigacion/revista/archivo/revista23/Articulo%206.pdf>
- PADILLA LOZANO, F. (2010). Cultura y Desarrollo Urbano en Aguascalientes 1980-2000. UAA, primera edición, 2010, (en proceso).
- PALLARÉS GÓMEZ, J. FEIXA PAMPOLS, CH. (2000). Espacios e itinerarios para el ocio juvenil nocturno. *Revista de estudios de juventud*, 50, Septiembre, 23-41.
- PALMER, R. (2005) European Cities and Capitals of Culture, and the European cultural months (1995-2004), Brussels: European Commission
- PARDINAS, F. (1991). *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales*. México, Siglo Veintiuno Editores.
- PARDO, J. R. (1988). *Historia del pop español*. Madrid: Rama Lama Music.
- PASANEN, K., TASKINEN, H., MIKKONEN, J. (2009). Impacts of cultural events in Eastern finland – development of a finnish event evaluation tool. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Vol. 9, No. 2 -3. pp. 112 –129
- PAZ, R. (2011). Apuntes sobre la cultura de masas. *La Ilustración Liberal Nº50*. ISSN 1139-8051, 2011-2012. Disponible en: <http://www.ilustracionliberal.com/50/apuntes-sobre-la-cultura-de-masas-rafael-paz.html>
- PEARCE, P. L.(1994). Fundamental of tourist motivation. En D.G. Pearce y R.W. Butler (Eds.).*Tourism Research*. London: Routledge.
- PEDREÑO MUÑOZ, A. (1996): *Introducción a la economía del turismo en España*. Madrid: Civitas.
- PEDREÑO ESTEBAN, L. M. (2000). *La radio musical en España. Historia y análisis*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión.
- PELAZ LÓPEZ, José-Vidal. (2008). Cae el telón. El cine norteamericano en los inicios de la Guerra Fría (1945-1954). *Historia Actual* [en línea]. Nº 15 (Invierno, 2008), pp. 125-136. Disponible en: <http://www.historia-actual.org/Publicaciones/index.php/haol/article/view/238>
- PERE A. SALVA, T. (1998). Los modelos de desarrollo turístico en el Mediterráneo. *Cuadernos de Turismo*, nº2, 7-24. Universitat de les Illes Balear. Disponible en: <http://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/12927/1/900448.pdf>
- PEREIRA VALAREZO, J. (2009). *La fiesta popular tradicional del Ecuador*. Quito, Fondo Editorial del Ministerio de Cultura. Citado en SANDOVAL SIMBA, P. (2009) Fiesta y cultura, Jefatura de Investigación y proyectos/ IPANC, Quito, 15 de diciembre de 2009, pp. 1-16. Disponible en: [http://www.culturande.org/Upload/20107211651fiesta\\_cultura.pdf](http://www.culturande.org/Upload/20107211651fiesta_cultura.pdf)
- PÉREZ SERRANO, G. (1984). *El Análisis de Contenido en la Prensa*. UNED: Madrid.
- PERRY BARLOW, J. (1999). "Selling wine without bottles: The economy of mind on the global net". Citado en CAMPOS GARCÍA, J. L. (1999). La experiencia musical en internet. *Razón y Palabra*, 15 (Agosto - Octubre 1999).
- PICARD, D. y ROBINSON, M. (2006). Remaking worlds: Festivals, tourism and change. En: Picard, D. & Robinson, M. (eds) Festivals, tourism and social change. *Channel View Publications*. Clevedon, pp. 1-31
- PINE, B., y GILMORE, J. (1999). *The experience economy: Work is Theatre and every business a stage*. Boston: Harvard Business School Press

- PITTS, S. E. (2005). What makes an audience? Investigating the roles and experiences of listeners at a chamber music festival. *Music and Letters*, 86 (2), 257-269.
- PLATON (2004). *República*. Madrid: Jorge A. Mestas Ediciones.
- PORTA NAVARRO, A. (2007). *Músicas públicas, escuchas privadas: Hacia una lectura de la música popular contemporánea*. Universitat de València. Disponible en: <https://books.google.es/books?isbn=8437065372>
- PRATS, J. (2010). Las ciencias sociales en el contexto del conocimiento científico, (Apuntes). Departament de Didàctica de les Ciències Socials Universitat de Barcelona
- PRENTICE, R., y ANDERSEN, V. (2003). Festival as creative destination. *Annals of Tourism Research*, 30 (1), 7–30. Disponible en: <http://www.arlt-lectures.de/edinburghfestival.pdf>
- PUIG, Q. (2007) Sexo, drogas y música pop: supuestas transgresiones, comunicación de masas y consumo en la música pop española. *Revista de Estudios de Juventud*. Nº 78. *Culturas y lenguajes juveniles*. Universidad autónoma de Barcelona 107-122. Recuperado en <http://www.injuve.es/sites/default/files/2012/44/publicaciones/revista-78-capitulo-7.pdf>
- PULIDO FERNÁNDEZ, J. I. (2006). ¿Está la investigación en turismo suficientemente reconocida y valorada en España?. *Revista de Análisis Turístico*, Núm. 2, 2do. Semestre, 103-112. En: <http://www.aecit.org/jornal/index.php/AECIT/article/view/92/87>
- QUINN, B. (2005) Changing festival places: insights from Galway, *Social and Cultural Geography*, 6(2)
- QUINN, B. (2005). Arts festivals and the city. *Urban Studies*, 42(5/6), 927-943. doi: 10.1080/00420980500107250
- QUINN, B. (2006). Problematising 'festival tourism': Arts festivals and sustainable development in Ireland. *Journal of Sustainable Tourism*, 14 (3), 288–306.
- RAMIREZ GOMEZ, J. A. (1996), *La contracultura en México: la historia y el significado de los rebeldes sin causa, los jipitecas, los punks y las bandas*, México, Grijalbo
- RAWLINGS, T. (2000). *Mod: A Very British Phenomenon*. Londres, Omnibus Press.
- REGIMBAL, J. P. (1983) *Rock'n'Roll Le viol de conscience par messages les subliminax*. Quebec, Editions St. Raphael Sherbrooke. ISBN2-89129-391-6
- REYNOLDS, S. (2005). *Rip It Up and Start Again: Postpunk 1978-1984*. Londres, Faber and Faber Ltd.
- RICHARDS, G. (2001). *Cultural attractions and European tourism*. Wallingford: CAB International.
- RICHARDS, G. (2001). El desarrollo del turismo cultural en Europa. *Estudios Turísticos*, nº 150, 3-13. Instituto de Estudios Turísticos. Secretaría General de Turismo. Disponible en: <http://www.iet.tourspain.es/img-iet/revistas/ret-150-2001-pag3-13-87318.pdf>
- RICHARDS, G. (2007). The festivalization of society or the socialization of festivals? The case of Catalunya. En G. Richards (Ed.), *Cultural tourism: Global and local perspectives* (pp. 257-279). Binghampton: Haworth Hospitality Press.
- RICHARDS, G. (Ed.). (1996). *European cultural tourism: Trends and future prospects*. Wallingford, UK: CABI.
- RICHARDS, G. (1996b). Production and consumption of European cultural tourism. *Annals of Tourism Research*, n. 23, p. 261-283.
- RICHARDS, G. y WILSON, J. (2004). The impact of cultural events on city image: Rotterdam, cultural capital of Europe 2001. *Urban Studies*, 41(10), 1931-1951. doi: 10.1080/0042098042000256323
- RICHARDS, G.; CRESPI, M. (2007). «The meaning of cultural festivals. Stakeholders perspectives in Catalunya». *International Journal of Cultural Policy*, 13 ((1), págs. 103-122
- RICHARDS, G; y WILSON, J. (2006). «Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?». *Tourism Management*, 27, págs. 1209-1223.
- RIIETVELD, H. (1998). *This is Our House: House Music, Cultural Spaces and Technologies*. Aldershot: Ashgate.
- RITCHIE, J. R. (1984) Assessing the impact of hallmark events: conceptual and research issues, *Journal of Travel Research*, 23, (1) 2 – 11. Recuperado de [http://www.researchgate.net/publication/249700439\\_Assessing\\_the\\_Impact\\_of\\_Hallmark\\_Events\\_Conceptual\\_and\\_Research\\_Issues](http://www.researchgate.net/publication/249700439_Assessing_the_Impact_of_Hallmark_Events_Conceptual_and_Research_Issues)



- RITCHIE, J. R. B. y LYONS, M. (1990). Olympulse VI: A post-event assessment of resident reaction to the XV Olympic Winter Games. *Journal of Travel Research*, 28(3), 14-23.
- RITCHIE, J. R.; BELIVEAU, D. (1974). Hallmark Events: An evaluation of a strategic response to seasonality in the travel market. *Journal of Travel Research January*, vol. 14 no.2, 14-20. Citado en: *Progressing Tourism Research* de Herbert William Faulkner, Bill Faulkner. Channel View Publications, (2003). Disponible en: <https://books.google.es/books?isbn=1873150474>
- RITCHIE, J.R.B; y SMITH, B. (1991). The impact of a mega-event on host region awareness: a longitudinal study. *Journal of Travel Research*, 30 (3), 3-10. Citado en ALI-KNIGHT, J. (2008). *International Perspectives of Festivals and Events: Paradigms of Analysis*. Elsevier. Disponible en: <https://books.google.es/books?isbn=0080451004>
- RITZER, G. (2007). *Teoría Sociológica Clásica*. La Habana: Editorial Félix Varela
- RIVAS BALBOA, C. (1996) Un Nuevo paradigma en Educación y Formación de recursos humanos. Cuadernos Lagoven, nro. 99. Caracas: Departamentos de Asuntos Públicos de LAGOVEN (filial de PDVSA).
- RIVIERE, C. (1997). *Los ritos profanos*. Citado en PORZECANSKI, T. (2011). *Somos cuerpo: itinerarios y límites*. Ediciones Trilce. Disponible en: [books.google.es/books?isbn=9974325706](https://books.google.es/books?isbn=9974325706)
- ROBERTSON, M Y WARDROP, K. (2004) Events and the destination dynamic: Edinburgh festivals, entrepreneurship and strategic marketing in (eds) Yeoman, I. Robertson, M., Ali-Kight, J., Drummond, S. and McMahan-Beattie, U. *Festivals and Events Management: an International Arts and Culture Perspective*, pp.115-129, Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- ROBINSON, M., PICARD, D. y LONG, P. (2004), Introduction. Festival tourism: Producing, translating an consuming expressions of culture(s), *Event Management*, 8, pp.187-189
- RODRÍGUEZ ARAMBERRI, J. (2001). *Turismo de masas y modernidad: un enfoque sociológico*. Madrid: CIS.
- RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, F. (2006). Medios de comunicación y contracultura juvenil. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*. N. 25 (2006). ISSN 1576-4737, pp. 5-30. Recuperado de <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/18871>
- RODRÍGUEZ SALA, M. L. La Sociología de la Música en Max Weber: Aportes para su Difusión. *Revista Mexicana de Sociología* Vol. 27, No. 3 (Sep. - Dec., 1965), pp. 841-866. Universidad Nacional Autónoma de México. Disponible en: <http://www.jstor.org/stable/3538517>
- RODRÍGUEZ, G. (1996). *Metodología de la Investigación Cualitativa*. España: Aljibe.
- ROLLEY, L., & CLEMENTS, C. (1994). On the ink trail: Using public relations to boost community promotional efforts. *Small Town*, 24(6), 14-17.
- ROSZAK, T. (1969). *The Making of a Counter Culture: Reflections on the Technocratic Society and its Youthful Opposition*, London, Faber and Faber.
- ROUSSEAU, J.J. (1768). *Dictionnaire de la Musique*. Paris, Chez la veuve Duchesne. Disponible en: <https://ia902307.us.archive.org/2/items/dictionmusique1768roussoft/dictionmusique1768roussoft.pdf>
- RUIZ BOLIBAR, C. (1997) Paradigmas Emergentes en Investigación. Memorias de la Segunda Jornadas de Investigación Junior. (Maracay, 09 y 10 de Julio), pp.11-17.
- RUIZ OLABUÉNAGA, J. I. (1989). La Descodificación de La Vida Cotidiana: métodos de investigación cualitativa. Volumen 7, Universidad de Deusto, BILBAO. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/98814251/RuizOlabuena-La-Descodificacion-de-La-Vida-Cotidiana#scribd>
- RUIZ OLABUÉNAGA, J. I. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao, Universidad de Deusto.
- RUSSELL, B. (1935). *Elogio de la ociosidad*. Barcelona: Edhasa, (1989).
- RYAN, C. (1998). «Economic impact of small events: estimates and determinants. A New Zealand example». *Tourism Economics*. Vol. 4 (4), págs. 339-352.
- RYAN, C. (2002). *The tourist experience*. London: Continuum.

- RYAN, C. (2003). *Recreational tourism: Demand and impacts*. Clevedon, Channel View Publications.
- SAAVEDRA, José (1993), *El elemento contestatario en el rock y la diversidad de sus audiencias. En Simpatía por el rock. Industria, cultura y sociedad*. Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Azcapotzalco.
- SADIE, S. (Ed.). (2000): "Sociología de la música", en *Diccionario Akal/Grove de la música*, Madrid: Akal, (1988).
- SALAS ZUÑIGA, Fabio, (1998). *El grito del amor: una actualizada historia temática del rock*. Santiago, Editorial LOM.
- SALGADO, A. C. (2007). Investigación cualitativa: diseños, evaluación del rigor metodológico y retos. *Liberabit*, 13 (8), 71-78. Disponible en: [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1729-48272007000100009](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272007000100009)
- SAN MARTÍN GARCÍA, J. E. (1997) *Psicosociología del Turismo*. Malaga: Ediciones Aljibe.
- SANCHEZ DE PUERTA TRUJILLO, F. (2006). Los tipos ideales en la práctica: significados, construcciones y aplicaciones. *EMPIRIA, Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, Núm. 11, enero-junio, pp. 11-32. En: [http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero\\_articulo?codigo=202701](http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=202701)
- SANCHO, A. (Dir.) (1998). *Introducción al Turismo*. Organización Mundial del Turismo. Madrid. Disponible en: <https://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1128/9284402697.pdf>
- SANFELIU BARDIA, A. (Sin fecha). Cincuenta años de canciones y grandes conciertos para la solidaridad. *Música y Paz*. Escola de Cultura de Pau de la Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en: [escolapau.uab.cat/img/programas/musica/cincuenta\\_anos\\_canciones.pdf](http://escolapau.uab.cat/img/programas/musica/cincuenta_anos_canciones.pdf)
- SANTANA, A. (1997). *Antropología del turismo, ¿nuevas hordas, viejas culturas?* Barcelona: Ariel.
- SASSATELLI, M. (2008). *Art Festivals and the European Public Culture*. University of Sussex
- SCOTT, A. J. (2000). *The cultural economy of cities*. London: Sage.
- SEAMAN, B. (2003). Economic impact of the arts. En R. Towse (Ed.), *A handbook of Cultural Economics* (pp. 224-231). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- SECA, Jean-Marie (2004). Los músicos underground/Underground musicians. Barcelona, Paidós Ibérica Ediciones
- SEGURA MUNGUÍA, S. y CUENCA CABEZA, M. (2007). *El Ocio en la Grecia clásica*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- SERAUKY, W. (1934). Wesen und Aufgaben der Musiksoziologie. *Zeitschrift fur Musikwissenschaft*, 16, 232-244.
- SERRANO, J. F. Abismarse en el suelo del propio cuarto. Observaciones sobre el consumo de rock entre jóvenes urbanos Nómadas (Col). *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*. [En línea] 1996, (Marzo-Sin mes): [fecha de consulta: 27 de marzo de 2013] Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105118896004> ISSN 0121-7550
- SERRAVEZZA, A. (1988). Las tradiciones especulativas de la sociología de la música y la estética. *Papers, revista de sociología*, nº 29. Ed. Península, Universidad Autónoma de Barcelona.
- SESSA, A. (1975). *Sociología del turismo*. Barcelona: Tecnohotel.
- SHAPIRO, C. y VARIAN, H.R. (1999): *The Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy*. Harvard, Harvard Business School
- SHERPHERD, J. (editor). (2003). *Continuum Encyclopedia of Popular Music of the World: Volumell: Performance and Production, Volumen 11*. New York: Continuum. Disponible en: <https://books.google.es/books?isbn=0826463223>
- SHOPENHAUER, A. (1998). *El mundo como voluntad y representación*. México, Ed. Porrúa.
- SHUKER, R. (2001). *Entender la música popular*. London, Routledge.
- SHUKER, R. (2009). *Rock Total*. Ediciones Robinbook. Disponible en: [http://books.google.com.pe/books?id=8S76zZbDzrUC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.pe/books?id=8S76zZbDzrUC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

- SIERRA I FABRA, J. (1990). El Rock, la música de nuestro tiempo. *Revista de Par en Par*. Nº 34. Madrid: Ediciones S/M.
- SILBERMANN, A. (1963). *Estructura Social de la Música*. Taurus, Madrid, (1961).
- SIMMEL, G. (2003). Estudios psicológicos y etnológicos sobre música, Buenos Aires: Gorla.
- SIMMONS, D. G. (1994). Community Participation in Tourism Planning, *Tourism Management*, 15(2):98-108
- SINGH, S. (1994). *Cultural tourism and heritage management*. New Delhi: Rawat Publications. Citado en SANTANA TALAVERA, A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. *Horiz. antropol.* 9 (20) Porto Alegre Oct. 2003. En: <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-71832003000200003>
- SMITH, C.; JENNER, P. (1998). «The impact of festivals and special events on tourism». *Travel & Tourism Analyst*. N.º 4, págs. 73-91.
- SMITH, V. L. (1992). *Anfitriones e invitados*. Madrid: Endymion
- SMITH, V. L., y EADINGTON, W. R. E. (1994). *Tourism alternatives: potentials and problems in the development of tourism*. Chichester, UK: John Wiley & Sons.
- SMITH, V.L., (ed.). (1977). *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. University of Pennsylvania Press, Philadelphia.
- SOTO VILLASEÑOR, G. (2002). La música: un factor de evolución social y humana: Incidencias de la música en los procesos cerebrales Incidencias de la música en los procesos cerebrales. Consejo de la Música en México. Instituto de Investigación sobre la Evolución Humana, A.C. Disponible en: <http://www.redcientifica.com/doc/doc200209150300.html>
- SOUTAR, G. & MCLEOLD, P. (1993). Residents' perceptions on impact of the America's Cup. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 231-253
- SPENCER, H. (1858). "On the Origin and Function of Music", *Ensayos: Scientific, Political, and Speculative*. Londres: Longman, vol. I, 359-384. (1857)
- ST JHON, G. (2006). Electronic Dance Music Culture and Religion: An Overview. *Culture and Religion*, 7 (1). Disponible en: [https://www.academia.edu/2064736/Electronic\\_Dance\\_Music\\_Culture\\_and\\_Religion\\_An\\_Overview\\_Culture\\_and\\_Religion\\_7\\_1\\_.2006](https://www.academia.edu/2064736/Electronic_Dance_Music_Culture_and_Religion_An_Overview_Culture_and_Religion_7_1_.2006)
- ST JHON, G. (2008). Trance Tribes and Dance Vibes: Victor Turner and Trance Dance Culture, in Graham St John (ed), *Victor Turner and Contemporary Cultural Performance*, pp. 149-173. New York: Berghahn. Disponible en: [http://www.edgecentral.net/Articles-Chapters/Trance Vibes and Dance Tribes-Victor Turner and Electronic Dance Music Culture.pdf](http://www.edgecentral.net/Articles-Chapters/Trance_Vibes_and_Dance_Tribes-Victor_Turner_and_Electronic_Dance_Music_Culture.pdf)
- STAKE, R. E. (1998). *Investigación con estudio de casos*. Madrid: Ediciones Morata.
- STEBBINS, R. A. (1996). Cultural tourism as serious leisure. *Annals of Tourism Research*, (23), 948-950. Citado en SANTANA TALAVERA, A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. *Horiz. antropol.* 9 (20) Porto Alegre Oct. 2003. En: <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-71832003000200003>
- STEVENSON, R.L. (1989). *Apología de los ociosos y otras ociosidades*. Barcelona: Laertes.
- STOKES, R. (2004). A framework for the analysis of events – tourism knowledge networks. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 11(2), 108–123.
- STORR, A. (1993). *La música y la mente: el fenómeno auditivo y por qué de las pasiones*. Barcelona: Paidós.
- SUÁREZ ORTEGA, M. (2005): *El grupo de discusión: una herramienta para la investigación cualitativa*. Barcelona: Laertes.
- SUMMER, A. y TRIBE, M. (2008). *International development studies: theories and methods in research and practice*. London, SAGE Publications Ltd.
- SUTTON, W. A. (1967): Travel and understanding: Notes on the social structure of touring. *International Journal of Comparative Sociology*, 8, 217-223.
- SWINGWOOD, A. (1997). *The Myth of Mass Culture*. London: United Kingdom: Macmillan Press.
- SYME, SHAW, FENTON y MUELLER. (1989). *The Planing and Evaluation of Hallmark Events*. Aldershot: Avebury.



- TAMAYO y TAMAYO, M. (2003). *El proceso de la investigación científica*. (Cuarta edición). Mexico: Limusa Noriega Editores. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/12235974/Tamayo-y-Tamayo-Mario-El-Proceso-de-la-Investigacion-Cientifica#scribd>
- TAYLOR, S.J. y BOGDAN, R. (1990). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós
- THOMASSEN, B. (2009). The Uses and Meaning of Liminality. *International Political Anthropology*, vol 2, no. 1, pp. 5-28. Disponible en: <http://rucforsk.ruc.dk/site/en/publications/the-uses-and-meaning-of-liminality%28e7b670bc-94e8-4aae-8597-db73d511818a%29.html>
- THOMPSON, G. (2008). *Please Please Me: Sixties British Pop, Inside Out*. Oxford: Oxford University Press
- THORNTON, S. (1995). *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*. Cambridge: Polity.
- THRANE, C. (2002). Jazz festival visitors and their expenditures: Linking spending patterns to musical interest. *Journal of Travel Research*, vol. 40, pp. 281-286
- THRASHER, F. (1963). *The Gang: A Study of 1,313 Gangs in Chicago*. Chicago: University of Chicago Press.
- THROSBY, D. (2010). *The Economics of Cultural Policy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- THROSBY, D. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- TOHMO, T. (2005). «Economic impacts of cultural events on local economies: an input-output analysis of the Kaustinen Folk Music Festival». *Tourism Economics*. Vol. 11 (3), págs. 431-451.
- TOMLJENOVIC, R., y WEBER, S. (2004). Funding cultural events in Croatia: Tourism-related policy issues. *Event Management*, 9 (1/2), 51-59.
- TOQUEVILLE, A. (2002). *La democracia en América*. Ciencia política. Trad. de Dolores Sánchez de Aleu. Madrid: Alianza Editorial. Disponible en: <https://archivosociologico.files.wordpress.com/2009/08/tocqueville-alexis-de-la-democracia-en-america.pdf>
- TORRES QUEZADA, R. G. (2007). El imaginario de rebeldía y disconformidad a través de la música rock en los años 90. (Tesis). Facultad de Filosofía y Humanidades, Departamento de Ciencias Históricas: Santiago de Chile.
- TORRES, J. L. (1972). *Educación Musical*. México, Porrúa.
- TRASHER, F. (1973), *The Gang: a Study of Chicago of 1313 gangs in Chicago*, USA, The University of Chicago Press.
- TROPEA, A; y SHIFRES, F. (2010). Steven Mithen: The Singing Neanderthal. The Origin of Music, Language, Mind and Body. *Revista Transcultural de Música*, vol. 1, núm. 1-14, pp. 1-7. Disponible en: <http://www.sibetrans.com/trans/a28/steven-mithen-the-singing-neanderthals-the-origins-of-music-language-mind-and-body>
- TRUMAN, H. (1956). *Memorias. II. Años de prueba y esperanza. De la NATO a Eisenhower (1949-1953)*. Barcelona, Vergara Editorial.
- TURNER, L. y ASH, J. (1976). *The Golden Hordes*. Londres: Constable.
- TURNER, V. (1969), *The Ritual Process*, Ithaca, Nueva York. [Traducción castellana: *El proceso ritual*] Taurus: Madrid, 1988
- TURNER, V. (1969). *El proceso ritual: estructura y anti-estructura*. 1-7. Nueva York, Adline Publishing (versión castellana de la editorial Taurus, Madrid, 1988). Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/209521052/Turner-Victor-El-Proceso-Ritual-Estructura-y-Antiestructura>
- TURNER, V. (1974). Liminal to liminoid, in play, flow and ritual: An essay in comparative symbology. In E. Norbeck (Ed.), *The Anthropological Study of Human Play*, Vol. 60 (pp.53-92). Rice University Studies. Disponible en: [https://scholarship.rice.edu/bitstream/handle/1911/63159/article\\_RIP603\\_part4.pdf?sequence=1](https://scholarship.rice.edu/bitstream/handle/1911/63159/article_RIP603_part4.pdf?sequence=1)
- TURNER, V. (1982) *Celebration: Studies in Festivity and Ritual*. Washington DC: Smithsonian Institution Press.
- TURNER, Victor and Edith (1978), *Image and Pilgrimage in Christian Culture: Anthropological Perspectives*. Oxford: Columbia University Press

- TYLOR, E. (1871). *Primitive Culture*. Londres, John Murray.
- UYSAL, M. & GITELSON, R. (1994). Evaluación de los impactos económicos: Festivales y eventos especiales *Festival Gestión y Turismo Evento*, 2 (1), 3-10.
- UYSAL, M., GAHAN, L. W., y MARTIN, B. (1993). An examination of event motivations: A case study. *Festival Management & Event Tourism*, 1(1), 5–10.
- UYSAL, M., y HAGAN, L. A. (1993). Motivations of Pleasure Travel and Tourism. In M. Khan, M. Olsen & T. Car (Eds.), *VNR's Encyclopedia of Hospitality and Tourism* (pp. 798-810). New York: Van Nostrand Reinhold.
- VAN GENNEP, A. (1909). *Les rites de passage*. Paris, Nourry. En LANG, A. *Anthropos* Bd. 4, H. 3. (1909), pp. 824-826. Disponible en: <http://www.jstor.org/stable/40442596>
- VASILACHIS DE GIALDINO, I. (Coord) (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Gedisa Editorial. Disponible en: [http://postgradofadecs.uncoma.edu.ar/archivos/loaizatsf/Vasilachis\\_investigacion\\_cualitativa.pdf](http://postgradofadecs.uncoma.edu.ar/archivos/loaizatsf/Vasilachis_investigacion_cualitativa.pdf)
- VASILACHIS DE GIALDINO, I. (Coord.). (1992). *Métodos cualitativos I. Los problemas teórico - epistemológicos*. Ed. C.E.A.L., Bs. As. Disponible en: [http://www.pueg.unam.mx/images/seminarios2015\\_1/investigacion\\_genero/u\\_3/vas\\_ire.pdf](http://www.pueg.unam.mx/images/seminarios2015_1/investigacion_genero/u_3/vas_ire.pdf)
- VÁSQUEZ ROCCA, A. (2006). Peter Sloterdijk: La música de las esferas y el olvido del ser desde todos los altavoces. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 14. Publicación Electrónica de la Universidad Complutense. ISSN 1578-6730. En:<http://pendientedemigracion.ucm.es/info/nomadas/14/avrocca2.pdf>
- VAZQUEZ MONTALBÁN, M. (2000) *Cancionero Musical del franquismo, 1939-1975*. Barcelona: Editorial Crítica.
- VERA, F; y RODRÍGUEZ, I. (2012). Renovación y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras: Marco de análisis, procesos, instrumentos y realidades. Universitat de València.
- VERA, L. (2004). *La Investigación cualitativa. Cualitativa*. Puerto Rico: VIPR. Ponce.
- VIGLIOTTA, M. "A la carga mi rocanrol: repensando algunos conceptos en el análisis de los conciertos de rock.". La revista del CCC [en línea]. Enero / Abril 2013, nº 17. Actualizado: 2013-05-14 [citado 2014-11-27]. Disponible en: <http://www.centrocultural.coop/revista/articulo/389/>. ISSN 1851-3263
- VILLAREAL, R. (2000), "Los quebrantos de la contracultura mexicana", en MARTÍNEZ RENTERÍA, C., *CulturaContraCultura: diez años de contracultura en México*. México: Plaza Janés Crónica
- VIÑUELA, E. Industria musical, televisión y producción audiovisual. Veinte años de interacción mediática en el mercado musical español (1980 – 2000). *Global Media Journal* [en línea] vol. 4, num. 7, primavera 2007. Universidad de Oviedo. Disponible en: [http://gmje.mty.itesm.mx/vinhuela\\_eduardo.html](http://gmje.mty.itesm.mx/vinhuela_eduardo.html)
- VON WIESE, L. (1930). *Fremdenverken alz zwischenmens chliche arch frendenverkehr*. Frankfurt.
- WATERMAN, S. (1998). Carnivals for elites? The cultural politics of arts festivals. *Progress in Human Geography*, 22(1), 54-74. doi: 10.1191/030913298672233886
- WATT, D. (1998). *Event Management in Leisure and Tourism*. Harlow: Longman.
- WEBER, M. (1993), "Los fundamentos racionales y sociológicos de la música", en *Economía y sociedad*, Madrid, FCE, pp. 1118-1183.
- WEILER, B. y HALL, C. M. (1992). *Special interest tourism*. Londres: Belhaven Press.
- WHITE, L. (1964). *La Ciencia de la cultura. Un estudio sobre el hombre y la civilización*. Buenos Aires: Paidós
- WILLEMS, E. (1981). *El valor humano de la educación musical*. Barcelona, Paidós
- WILLIAMS, J. y LAWSON, R. (2001). Community issues and resident opinions of tourism. *Annals of Tourism Research* 28(2): 269-290
- WILLIAMS, P. W. (1992). Desafíos en el manejo del turismo ecológico. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 1(2): 142-149.
- WILLIS, P. (1990). *Moving Culture*, London: Gulbenkian Foundation.

- WINKIN, Y. (1988). "Retrato del sociólogo joven". En Goffman, E. Los momentos y sus hombres.
- WIRTH, L. (1960). *The ghetto*, University of Chicago Sociological Series, USA, The University of Chicago Press.
- WOOD, E. (2005). «Measuring the economic and social impacts of local authority events». *International Journal of Public Sector*. Vol. 18 (1), págs. 37-5
- WRIGHT, S. (1992) Heritage and critical history in the reinvention of mining festivals in North East England. In: Jeremy Boissevain ed. (1992) *Revitalizing European rituals*. London: Routledge.
- XIAO, P., y SMITH, S. (2004). Improving forecasts for world's fair attendance: Incorporating income effects. *Event Management*, 6 (1), 15-23.
- YIN, R. K. (1994). *Case Study Research: Design and Methods*. Sage Publications, Thousand Oaks, CA
- YOUNG, G. (1973) *Tourism: blessing or blight?* Harmondsworth: Penguin.
- ZABALA ESPEJO, M. (2009). El proceso de la investigación cualitativa en educación. *Rev Cient CEPIES*, Mayo 2009, vol.1, no.1, 113-130. ISSN 1490-2351
- ZALLO, R. (1988). *Economía de la comunicación y de la cultura*. Madrid: Akal.
- ZARZURI CORTÉS, R. (2000). Tribus Urbanas: por el devenir cultural de nuevas sociabilidades juveniles. *Última Década*, nº 13, SEPTIEMBRE 2000, 81-96. Disponible en: <http://www.scielo.cl/pdf/udecada/v8n13/art05.pdf>
- ZILLMANN, D., y GAN, S. (1997). Musical taste in adolescence. In J. Hargreaves & A. C. North (Eds.), *The social psychology of music*, 161-187. New York: Oxford University Press.
- ZOLTÁN SZABÓ, J. (2010). La investigación acerca de los festivales. The Budapest Observatory. *Boletín Gestión Cultural* Nº 19: Observatorios Culturales. Enero de 2010 ISSN: 1697-073X. Disponible en: <http://www.gestioncultural.org/boletin/files/bgc19-JZSzabo.pdf>
- ZORRILLA, Santiago (1998) *Introducción a la metodología de la investigación*. Sexta Edición. Editorial Océano.
- ZUKIN, S. (1995). *The Cultures of Cities*. Cambridge, MA: Blackwell.

## **Recursos electrónicos**

- “LA CULTURA Y EL TURISMO COMO MEDIOS DE DESARROLLO SOCIOECONÓMICO”. En: *Ponencia presentada en el Seminario Iberoamericano de Cultura, Turismo y Desarrollo* (AEI-acerca/OEI). Cartagena de Indias, Colombia, (3 al 6 de octubre de 2006). Disponible en: [www.oei.es/cultura/culturamhmejia.htm](http://www.oei.es/cultura/culturamhmejia.htm)
- 1985: Nace el primer gran festival de Brasil. (Sin fecha). [rockinrio.com]. En: <http://rockinrio.com/rio/es/rock-in-rio/historia/>
- 1985: primer concierto de Deep Purple en España. (2013, 2 de febrero). [wordpress.com] consultado el 15 de noviembre de 2013 en: <https://burningdeependurple.wordpress.com/2013/02/02/1985-primer-concierto-de-deep-purple-en-espana/>
- A Passion for Jazz! (2014). Newport Jazz Festival [apassion4jazz.net] en: Newport Jazz Festival <http://www.apassion4jazz.net/newport.html>
- ACDC estuvo aquí (sin fecha). [webcindario.com] en: [acdchistoria.webcindario.com/acdc\\_en\\_spain.htm](http://acdchistoria.webcindario.com/acdc_en_spain.htm)
- AGUIRRE, M. (s. f). Los sentimientos según Schopenhauer [revistareplicante.com]. En: <http://revistareplicante.com/los-sentimientos-segun-schopenhauer/>
- ALCANDA, S. (4 de agosto). 25.000 personas asistieron al concierto de Queen en Madrid [elpais.com]. En: [http://elpais.com/diario/1986/08/04/cultura/523490407\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1986/08/04/cultura/523490407_850215.html)
- Altar caótico. (2004). Rock: revolución y satanismo [altarcatico.es] en: <http://altarcatico.es.tl/rock-satanismo-y-revolucion-2.htm>
- APARICIO MIRANDA, J. (15 de abril de 2013). Años '60 - Rock Psicodélico y Hard Rock - 2ª parte [mensaje en un blog]. En: [http://rockispower.blogspot.com.es/2013/04/anos-60-rock-psicodelico-y-hard-rock-2\\_15.html](http://rockispower.blogspot.com.es/2013/04/anos-60-rock-psicodelico-y-hard-rock-2_15.html)
- APARICIO MIRANDA, J. (21 de diciembre de 2012). Años '50 - Doo Wop [mensaje en un blog]. En: <http://rockispower.blogspot.com.es/2012/12/anos-50-vol-4-doo-wop.html>
- Ayuntamiento de Barcelona (sin fecha) BAM: Barcelona acción musical [bcn.cat] en: <http://www.bcn.cat/bam>
- Azkena Rock festival lanza ARF rock party, un concurso de solistas y bandas para actuar en su edición 2015. (2014, 14 de noviembre). [www.ltinews.net] en: <http://www.ltinews.net/LTI/festivales>
- Barcelona. Un recuerdo. (2006, 30 de junio). [bob-marley.es] consultado el 12 de noviembre de 2013 en: <http://www.bob-marley.es/2006/06/30/barcelona-un-recuerdo/>
- BASTOS, V. (2000, enero). Espárrago, abierto e independiente [babab.com] en: [http://www.babab.com/no00/esparrago\\_rock.htm](http://www.babab.com/no00/esparrago_rock.htm)
- BEARDSLEY, J. A. (2009, 17 de junio). Newport '69, a retrospect [laobserved.com] en: [http://www.laobserved.com/visiting/2009/06/newport\\_69\\_a\\_retrospect.php](http://www.laobserved.com/visiting/2009/06/newport_69_a_retrospect.php)
- BELTRÁN, R. (2012, 5 de septiembre). El ‘Homenaje al Lagarto Rock’ reúne a 22 bandas históricas de Jaén [andaluciainformacion.es] consultado el 3 de agosto de 2013 en: <http://andaluciainformacion.es/jaen/245995/el-homenaje-al-lagarto-rock-rene-a-22-bandas-histicas-de-jan/>
- Benicassim Ajuntament. (2013) [WEB] (consultado 13 de octubre de 2014) en: <http://turismo.benicassim.es/turismo/10/Eventos-y-festivales>
- BENITEZ, J. (8 de julio de 2003). La promotora del Espárrago Rock, en suspensión de pagos [elpais.com] en: [http://elpais.com/diario/2003/07/08/espectaculos/1057615204\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2003/07/08/espectaculos/1057615204_850215.html)
- BERNAL RUIZ, Z. (sin fecha). Producto turístico. [monografias.com] de: <http://www.monografias.com/trabajos82/producto-turistico/producto-turistico2.shtml>
- BIKENDI GONZALEZ, E. (Sin fecha). Bill Haley [historiasderock.es] en: <http://historiasderock.es.tl/Bill-Haley.htm>
- BIKENDI GONZALEZ, E. (Sin fecha). La era del Swing y los Grandes Virtuosos [historiasderock.es] en: <http://historiasderock.es.tl/La-era-del-Swing-y-los-Grandes-Virtuosos.htm>

- Caja España-Datos económicos y sociales de Benicasim. Ficha Municipal – 2012. (Consultado 13 de octubre de 2014). En: [http://www.cajaespana.es/pubweb/decyle.nsf/PorMunicipios/284FC2CD00119D6CC125787200239A86/\\$File/12028.PDF?OpenElement](http://www.cajaespana.es/pubweb/decyle.nsf/PorMunicipios/284FC2CD00119D6CC125787200239A86/$File/12028.PDF?OpenElement)
- CANO, J.D. (2009). *Woostock: 40 años después* [Mensaje en un blog]. Recuperado de: <http://rockenmexico.typepad.com/blog/2009/08/woodstock-40-a%C3%B1os-despues-2-.html>
- CARDENAL, A. (2009, 13 de noviembre). La historia de un festival olvidado, la Isla de Wight [cadenaser.com] en: [cadenaser.com/ser/2009/11/13/cultura/1258071428\\_850215.html](http://cadenaser.com/ser/2009/11/13/cultura/1258071428_850215.html)
- CARDENAL, A. (2013, 11 de enero). Historias de Festivales: El Bangladesh de Eric Clapton [efe eme.com] en: <http://www.efeeme.com/historias-de-festivales-el-bangladesh-de-eric-clapton/>
- CARDENAL, A. (2013, 14 de junio). Historias de Festivales: Las superjams de Bonnaroo [efeeme.com] consultado 21 de febrero de 2014 en: <http://www.efeeme.com/historias-de-festivales-las-superjams-de-bonnaroo/>
- CARDENAL, A. (2013, 31 de mayo). Historias de Festivales: El Monte Fuji y el tifón de Masa Hidaka [efeeme.com] consultado 18 de septiembre de 2013 en: <http://www.efeeme.com/historias-de-festivales-el-monte-fuji-y-el-tifon-de-masa-hidaka/>
- CARMONA, V. (2009, noviembre). Historia del Festival Rock Zaidín, una joya de la papelera [veronicacarmona.com] consultado el 10 de noviembre de 2013 en: <http://veronicacarmona.com/2009/11/historia-del-festival-rock-zaidin-una.html>
- CARREÑO, M. (16 de septiembre de 2008). Homenaje a los 20 años del Concierto de Conciertos (II): El concierto y su legado [mensaje en un blog]. En: <http://blogs.eltiempo.com/popcultura/2008/09/16/homenaje-a-los-20-anos-del-concierto-de-conciertos-ii-el-concierto-y-su-legado/>
- Caso de éxito de Gestión de Eventos Sostenibles, BS 8901: Festival Internacional de Manchester (2007) [bsigroup.es] en: <http://www.bsigroup.es/es/certificacion-y-auditoria/Sistemas-de-gestion/Biblioteca-de-BSI/Area-de-Sostenibilidad/LD-News-Source-/Caso-de-exito-de-Gestion-de-Eventos-Sostenibles-BS-8901-Festival-Internacional-de-Manchester/>
- Castellón Mediterráneo. (Sin fecha). El festival Rototom Sunsplash se asienta como otro gran festival referente de la provincia de Castellón [turismocastello.com] consultado el 29 de noviembre de 2013 en: [http://turismocastello.com/641206\\_es/Andr%C3%A9s-Mart%C3%ADnez:-%E2%80%9CEl-festival-Rototom-Sunsplash-se-asienta-como-otro-gran-festival-referente-de-la-provincia-de-Castell%C3%B3n%E2%80%9D//](http://turismocastello.com/641206_es/Andr%C3%A9s-Mart%C3%ADnez:-%E2%80%9CEl-festival-Rototom-Sunsplash-se-asienta-como-otro-gran-festival-referente-de-la-provincia-de-Castell%C3%B3n%E2%80%9D//)
- Castellón Mediterráneo. (Sin fecha). La Diputación defiende el turismo de festivales como uno de los reclamos prioritarios en la promoción turística provincial [turismocastello.com] consultado el 29 de noviembre de 2013 en: [http://www.turismodecastellon.com/641346\\_es/](http://www.turismodecastellon.com/641346_es/)
- CBC News Online. (2003, 30 de Julio). Indepth: sars benefit concert. Toronto Rocked [cbc.ca] en: <http://www.cbc.ca/news/background/sarsbenefit/>
- Centro virtual Cervantes (sin fecha). El desarrollismo de los 60 y la transición [cervantes.es] en: <http://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala8/1c.htm>
- Centro virtual Cervantes (sin fecha). La década de los 90. Nuevas tendencias de comunicación [cervantes.es] en: <http://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala8/1e.htm>
- Centro virtual Cervantes (sin fecha). La interactividad y el reinado de la imagen [cervantes.es] en: <http://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala8/1f.htm>
- Centro virtual Cervantes (sin fecha). Los 80 y la explosión creativa en España [cervantes.es] en: <http://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala8/1d.htm>
- CHAVEZ, J. (Sin fecha). La música popular 1950 – 1960 [calameo.com]. Disponible en: <http://es.calameo.com/read/0006221690a929055df9b>
- Coachella Festival (2014) [incovermagazine.com] en: <http://www.incovermagazine.com/coachella-festival/>



- Coachella valey music and art festival (2014). History [Coachella.com] en: <http://www.coachella.com/festival-history/>
- COLLADO, A. (2014). El macartismo o el terror de los años 50 [about.com] en: <http://historiausa.about.com/od/IIMitSXX/fl/El-macartismo-o-el-terror-de-los-antildeos-50.htm>
- COSTA, J. (1978, 26 de septiembre). Rocktiembre 78: "rock", violencia y Teddy Bautista [elpais.com] consultado el 22 de octubre de 2013 en: [http://elpais.com/diario/1978/09/26/cultura/275608810\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1978/09/26/cultura/275608810_850215.html)
- CRAIG, M. (2010, 19 de enero). Liverpool en los años 60: Mister Martin Craig (I) [popthing.com] en: [http://www.popthing.com/zona\\_pop/beatles\\_archives/index.php](http://www.popthing.com/zona_pop/beatles_archives/index.php)
- Criminal Justice and Public Order Act 1994. Disponible en: <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/1994/33/contents>
- CUBILLO, I. (1999, 30 de abril). Bilbao acogerá el primer festival veraniego de rock de Euskadi [elpais.com] consultado 21 de febrero de 2013 en: [http://elpais.com/diario/1999/04/30/paisvasco/925501217\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1999/04/30/paisvasco/925501217_850215.html)
- CUESTA, T. (26 de mayo de 1981). La <nueva ola>, en olor de las masas [abc.es]. En: <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1981/05/26/112.html>
- CURRIQUI. (2011, 13 de octubre). [Historia trapera] Festival Punk Rock en el Casino de l'Aliança del Poble Nou (diciembre 1977) [blogspot.com] en: <http://trapera.blogspot.com.es/2011/10/historia-trapera-festival-punk-rock-en.html>
- DE ARANZADI, I. (8 de febrero de 2011). *La música en los jóvenes y en la sociedad actual*. Universidad Complutense de Madrid, [biblioteca.ucm.es]. En: <http://biblioteca.ucm.es/revcul/tribunacomplutense/25/art445.php>
- DE LUZ, L. (16 de diciembre de 2013). Musica de los 80, reportaje completo de la música de los 80 [espaciomusica.com]. En: <http://espaciomusica.com/musica-de-los-80-reportaje-completo-de-la-musica-de-los-80/>
- Derogación del estatuto regulador del consejo del foro de turismo y aprobación del nuevo estatuto del consejo sectorial de turismo. Ayuntamiento de Benicassim (Castellon). (15 de julio de 2013). Disponible en: <http://legislacion.derecho.com/anuncio-24-agosto-2013-benicassim-benicassim-5164640>
- Diario Madrid. (17 de diciembre de 1962), recogido de: El circo Price y sus matinales [losteenboys.com] en: <http://www.losteenboys.com/circoprince.html>
- Diario Pueblo. (26 de febrero de 1963), Twist en las calles de Madrid [losteenboys.com]. Recogido de <http://www.losteenboys.com/circoprince.html>
- Diccionario de la lengua española (2005). Punk. En diccionario Espasa-Calpe. Recuperado de: <http://www.wordreference.com/definicion/punk>
- Diccionario de la lengua española, (2005). Festival. En *Diccionario Espasa-Calpe*. Consultado en [www.wordreference.com](http://www.wordreference.com)
- Diccionario Enciclopédico de Sociología. Tribu. Recogido de: <http://musicjkv.es.tl/Estilos-de-vida--k1-Tribus-urbanas-k2-.htm>
- Economic impact and visitor profile study on the 30th Waterfowl Festival (2001) The Maryland Business Research Partnership, The Jacob France Center and University of Baltimore
- El lenguaje humano es la evolución del canto de los pájaros según teoría de Charles Darwin. (5 de septiembre de 2013). [globedia.com]. Disponible en: <http://es.globedia.com/lenguaje-humano-evolucion-canto-pajaros-teoria-charles-darwin>
- EL MAR, G. R. (2013, 23 de abril). Hay que tomarse en serio el turismo [todobenicassim.com] de: <http://www.todobenicassim.com/noticias/festivales/turismo/benicassim/hay-que-tomarse-en-serio-el-turismo>
- El Mundo. (2001, mayo). ¿Y tú de que festival eres? [elmundo.es] en: <http://www.elmundo.es/especiales/2001/05/sociedad/festivales/festivales.html>
- El Mundo. (2008, 29 de abril). Rock 1954-2004 [avizora.com] en: [http://www.avizora.com/publicaciones/musica/textos/0024\\_50\\_anos\\_rock.htm](http://www.avizora.com/publicaciones/musica/textos/0024_50_anos_rock.htm)

- El nuevo folk americano de los 60. (Sin fecha), [mensaje en un blog]. Disponible en: <http://blog.educastur.es/rockies/el-nuevo-folk-americano-de-los-60/>
- El ocio en la Grecia clásica, (10 de mayo de 2007) [universia.es]. en: <http://noticias.universia.es/vida-universitaria/noticia/2007/05/10/592564/ocio-grecia-clasica.html>
- El PAÍS (26 de junio de 2011). Los festivales salvan el negocio musical [elpais.com]. Disponible en: [http://elpais.com/diario/2011/06/26/negocio/1309093403\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2011/06/26/negocio/1309093403_850215.html)
- EL PAÍS (8 de octubre de 1980). El batería de Led Zeppelin murió a causa del alcohol [elpais.com]. En: [http://elpais.com/diario/1980/10/08/cultura/339807610\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1980/10/08/cultura/339807610_850215.html)
- EL PAÍS. (5 de agosto de 1980). Más de 15.000 personas, en el festival de "rock" de Mallorca [elpais.com] en: [http://elpais.com/diario/1980/08/05/cultura/334274409\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1980/08/05/cultura/334274409_850215.html)
- El primer concierto de Bruce Springsteen en España. (2011, 21 de abril). [lavanguardia.com] consultado el 12 de noviembre de 2013 en: <http://www.lavanguardia.com/hemeroteca/20110421/54141799433/el-primer-concierto-de-bruce-springsteen-en-espana.html#ixzz3KpuW3d4u>
- El Rock en la sociedad: BRIT POP. (Sin fecha) [azheavymetal.com] consultado 4 de septiembre de 2013 en: [http://www.azheavymetal.com/especiales/rock\\_sociedad13.php](http://www.azheavymetal.com/especiales/rock_sociedad13.php)
- EMPIRE, K. (2010, 9 de mayo). The 10 best music festivals [guardian.co.uk] consultado 12 de febrero de 2013 en: [www.guardian.co.uk/culture/2010/may/09/10-best-music-festivals](http://www.guardian.co.uk/culture/2010/may/09/10-best-music-festivals)
- En Vivo 2010 en Getafe con Fito, Violadores del Verso y Ska-p. (2010, 18 de mayo). [laguiago.com] en: <http://www.laguiago.com/madrid/evento/30389/en-vivo-2010-en-getafe-con-fito-violadores-del-verso-y-ska-p/>
- Enciclopèdia llibre (2014) <http://finslab.com/enciclopedia/letra-f/festival-de-musica-de-ozark.php>
- ERLEWINE, T. (2014). Elvis Presley Aloha from Hawaii via Satellite all music [allmusic.com] en: <http://www.allmusic.com/album/aloha-from-hawaii-via-satellite-mw0000262453>
- Escuela Manticornio (sin fecha). Definición General de Rock Progresivo [manticornio.com] en: <http://www.manticornio.com/escuela/desarrollo/2.html>
- ESPARRAGO ROCK: DIEZ AÑOS DE ROCK. (Sin fecha). Music magazine Indyrock [indyrock.es] consultado 4 de agosto de 2013 en: <http://www.indyrock.es/historia.html>
- ESPINO, Y. (sin fecha). Cultura y Turismo: Un binomio en perfecta armonía en pos del desarrollo [www.monografias.com] consultado el 27 de enero de 2014, de <http://www.monografias.com/trabajos68/cultura-turismo-binomio-pos-desarrollo/cultura-turismo-binomio-pos-desarrollo.shtml#ixzz3KI2Uu4JK>
- ESPINOSA, F. (2010, enero) Globalización, cultura de masas e industrias culturales; conceptos preliminares [eltopo.cl] en: <http://www.eltopo.cl/globalizacion-cultura-de-masas-e-industrias-culturales-conceptos-preliminares>
- Esto es el final de la Loveparade. (2010, 26 de julio) [elpais.com] consultado el 12 de noviembre de 2013 en: [http://elpais.com/diario/2010/07/26/internacional/1280095203\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2010/07/26/internacional/1280095203_850215.html)
- EUROPA PRESS (2010, 25 de julio). El fundador del Love Parade cancela el evento para siempre [europapress.es] consultado el 12 de noviembre de 2013 en: <http://www.europapress.es/internacional/noticia-fundador-love-parade-cancela-evento-siempre-20100725150446.html>
- EUROPA PRESS (2013, 31 de agosto). FIB, Arenal Sound y Rototom han generado 61 millones de euros. En: <http://www.europapress.es/cultura/musica-00129/noticia-fib-arenal-sound-rototom-generado-61-millones-euros-20130831140554.html>
- EVANSVILLE, C. (Sin fecha). 'Bull Island' rock fest shaky from start to finish [billbloodworth.com] consultado 17 de agosto de 2013 en: [www.billbloodworth.com/html/bullisland.html](http://www.billbloodworth.com/html/bullisland.html)
- EXIT FESTIVAL (2014). About us [intoexit.com] en: <http://www.intoexit.com/info/about-us>

- FAJARDO, M. (2012, 1 de febrero). La cuenta regresiva del Rock, ¿logrará sobrevivir? [guioteca.com] (consultado 18 de marzo de 2013). En: <http://www.guioteca.com/rock/la-cuenta-regresiva-del-rock-lograra-sobrevivir/>
- FERGUSON, K. (2012, 24 de agosto). 40 years ago, Wattstax festival brought 112,000 African Americans to the LA Coliseum [scpr.org] en: <http://www.scpr.org/programs/offramp/2012/08/24/28079/40-years-ago-wattstax-festival-brought-112000-afri/>
- FERNANDEZ DE GUEVARA, J. F. (2005, 7 de abril). Festivales: VIII Festival Lorca Rock 2005: Reflexiones sobre el Festival Lorca Rock, imaginación frente a desinformación y demás pesquisas relacionadas con la vida contemporánea... Oh Yeah! Publicado en La Factoría del Ritmo nº 21 [redbaronfanclub.net] consultado 12 de marzo de 2013 en: <http://www.redbaronfanclub.net46.net/hemeroteca/menu/festivales5.htm>
- FERNÁNDEZ ETREROS, C. (18 de agosto de 2010). 35 años después, vuelve el festival de "La Cochambre" a Burgos [mensaje en un blog]. En: <http://www.culturamas.es/blog/2010/08/18/35-anos-despues-vuelve-la-cochambre-a-burgos/>
- FERNÁNDEZ, S. (2011, 25 de enero). Una historia de la música indie española, los 90 [ileon.com] consultado 4 de diciembre de 2013 en: <http://www.ileon.com/cultura/000358/musica-indie>
- FERRERA, M. (2012, 21 de diciembre). Se viene El Festival más grande la Historia [indiehoj.com] en: <http://www.indiehoj.com/recitales/se-viene-el-festival-mas-grande-la-historia/>
- Festival Internacional de Manchester 2007 (2007, 11 de julio) [tecnocosas.es] en: <http://www.tecnocosas.es/festival-internacional-de-manchester-2007/>
- FESTIVAL ROCK MACHINA 2000. (Sin fecha). [truemetal.org] consultado 14 de marzo de 2013 en: <http://www.truemetal.org/heavyweight/heavyweightantigua/conciertorockmachina.html>
- FRAILE GONZÁLEZ, F. (2002). «El fenómeno turístico», I Congreso Internacional de Turismo Cultural. En [www.turismo-cultural.org](http://www.turismo-cultural.org)
- GALLARDO, D. (2012, 15 de julio). Hoy se cumplen 25 años del primer concierto de U2 en España [rollingstone.es]. En: <http://rollingstone.es/reportajes/hoy-se-cumplen-25-anos-del-primer-concierto-de-u2-en-espana/>
- GALLARDO, D. (2012, 7 de julio). Hoy se cumplen 30 años del legendario primer concierto de los Rolling Stones en Madrid [rollingstone.es] consultado el 15 de noviembre de 2013 en: <http://rollingstone.es/reportajes/hoy-se-cumplen-30-anos-del-legendario-primer-concierto-de-los-rolling-stones-en-madrid/>
- GALLEGU. (2009, 4 de noviembre). El veterano festival Lorca Rock no volverá a celebrarse [hipersonica.com] consultado 12 de marzo de 2013 en: <http://www.hipersonica.com/festivales/el-veterano-festival-lorca-rock-no-volvera-a-celebrarse>
- GARAY, A. (Sin fecha). La velocidad como identidad urbana. Disponible en: <http://www.uam.mx/difusion/revista/nov99/garay.html>
- Glastonbury Festival. (2013). The history of Glastonbury Festival [www.glastonburyfestivals.co.uk] de: <http://www.glastonburyfestivals.co.uk/history/1970/>
- Glastonbury History (n.d.) [glastoearth.com] de: <http://www.glastoearth.com/40-years-of-glastonbury>
- GOLDBERG, S. (2011, 9 DE junio). ¿Qué es el festival de Bonnaroo? Cuatro días de diversidad en Tennessee [mexico.cnn.com] en: <http://mexico.cnn.com/entretenimiento/2011/06/09/de-que-se-trata-el-festival-de-bonnaroo-dias-de-diversidad-en-tennessee>
- GÓMEZ, J. (2010, 26 de julio). El número de fallecidos en la tragedia de la Loveparade se eleva a 20 [elpais.com] consultado el 12 de noviembre de 2013 en: [http://internacional.elpais.com/internacional/2010/07/26/actualidad/1280095213\\_850215.html](http://internacional.elpais.com/internacional/2010/07/26/actualidad/1280095213_850215.html)
- GON (2013, 16 de noviembre). Música de los 70 y 80. Toda la información [espaciomusica.com] (Consultado en 29 de mayo de 2014). En: <http://espaciomusica.com/musica-de-los-70-y-80-toda-la-infomacion>
- GONZALES, J.R. (5 de abril de 2011). Rendez-Vous Houston: 25 years later [mensaje en un blog]. En: <http://blog.chron.com/bayoucityhistory/2011/04/rendez-vous-houston-25-years-later/>



- GONZÁLEZ CEBALLOS, S. (2002). El Ocio en la ciudad emprendedora. En VI Congreso Mundial de Ocio (Área Temática Espacio y Ciudad). Disponible en: <http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20de%20ciudades/OCIO%20EN%20LA%20CIUDAD%20EMPRENDEDORA.PDF>, 2/10/2009.
- GONZÁLEZ GARCÍA, R. (2011, 12 de septiembre). Avándaro 1971, esencia de la revolución del rock mexicano [Suite101.net] (consultado el 14 de diciembre de 2013). En: <http://suite101.net/article/avandaro-1971-esencia-de-la-revolucion-del-rock-mexicano-a66229#ixzz2V9luTWsl>
- GONZÁLEZ REVERTE, F. (2010). Los festivales como herramienta para el desarrollo local. *G+C: Revista de gestión y cultura*. N. 6 (jul.-ag. 2010) (Ejemplar dedicado a: Festivales), 28-31. Disponible en: [http://www.academia.edu/1168201/Los\\_festivales\\_como\\_herramienta\\_para\\_el\\_desarrollo\\_local](http://www.academia.edu/1168201/Los_festivales_como_herramienta_para_el_desarrollo_local).
- GONZALEZ, R. (13 de marzo de 2013). Elvis, Aloha From Hawaii via Satellite. Legacy Edition [clubdemusica.es]. En: <http://www.clubdemusica.es/elvis-aloha-from-hawaii-via-satellite-legacy-edition>
- GORDON, M. M. (1947). The Concept of the Subculture and its Application, *Social Forces*, vol. 26. Recogido de: Un recorrido a través del lado bélico de la creatividad. (3 de mayo de 2012), Instituto de Subcultura Puertorriqueña [mensaje en un blog] en: <http://www.c787studios.com/?p=2097>
- Gracia Territori Sonor (sin fecha) LEM. [gracia-territori.com] en: <http://www.gracia-territori.com/kedin.es/barcelona/que-hacer/conciertos-rock-el-rock-de-graves-en-el-festival-lem-en-gracia.html>
- GRAFFIN, G. (2006, septiembre). Manifiesto Punk [punksunidos.com] en: <http://www.punksunidos.com.ar/2006/09/manifiesto-punk-de-greg-graffin.html>
- GRANEL, V. (5 de agosto de 2013). El Arenal Sound se consolida como el mayor festival español con 280.000 asistentes [levante-emv.com]. En: <http://www.levante-emv.com/cultura/2013/08/05/arenal-sound-consolida-mayor-festival/1022206.html>
- GRANT, K. (25 de enero de 1995). Teenage Head [angelfire.com]. En: [www.angelfire.com/rock/teenagehead/ShortArticles.htm](http://www.angelfire.com/rock/teenagehead/ShortArticles.htm)
- GRAU, D. (2000, 7 de julio). Moncofa acoge el primer festival español de 'heavy metal' [elpais.com] consultado 14 de marzo de 2013 en: [http://elpais.com/diario/2000/07/07/cvalenciana/962997496\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2000/07/07/cvalenciana/962997496_850215.html)
- GUIX QUINOCES, S. (25 de junio de 2012). Festival de Música Progresiva de Granollers [Mensaje en un blog]. En: <http://g148msnm.blogspot.com.es/2010/10/festival-de-musica-progresiva-de.html>
- HARGUINDEY, A. S. (12 de enero de 1977). Historia del Rock'N'Roll [elpais.com]. En: [http://elpais.com/diario/1977/01/12/cultura/221871606\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1977/01/12/cultura/221871606_850215.html)
- HARRISON, M. (2013, diciembre). The bath festival [ukrockfestivals.com] de: <http://www.ukrockfestivals.com/bA1.html>
- HAVENS, R. (2014). *Woodstock documentary made on the 30th anniversary on vh1 behind the music 1999 [Video]*. Disponible en: [www.youtube.com/watch?v=ZedBs1uoKaA](http://www.youtube.com/watch?v=ZedBs1uoKaA)
- HERALD, B. (24 de octubre de 2011). The origins of 'doo-wop' date back to several black groups in '30s, '40s [examiner.com]. En: <http://www.examiner.com/article/the-origins-of-doo-wop-date-back-to-several-black-groups-30s-40s>
- HERNANDO, J. (Sin fecha). Retrospección de disonancias (extraído del libro *Alter Músiques Natives*. Krtu, 1995) [mensaje en un blog] en: [http://javierhernando.net/xerox\\_retrospeccion\\_de\\_disonancias.htm](http://javierhernando.net/xerox_retrospeccion_de_disonancias.htm)
- HERRERO L.C. (coord) (2004): Impacto económico de los macrofestivales culturales: reflexiones y resultados. Ponencia cedida al Portal Iberoamérica de Gestión cultural. Disponible en: <http://www.gestioncultural.org>
- HIDALGO, L. (1991, 25 de septiembre). 45.000 personas asistieron anoche en Barcelona al festival 'Monsters of rock' [elpais.com] consultado 26 de agosto de 2013 en: [http://elpais.com/diario/1991/09/25/cultura/685749603\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1991/09/25/cultura/685749603_850215.html)

- HIDALGO, L. (2008, 27 de mayo). Vida y milagros de los festivales musicales [nativa.cat] consultado el 22 de febrero de 2013 en: <http://www.nativa.cat/2008/05/vida-y-milagros-de-los-festivales-musicales/>
- HIPERSONICA. (2009, 2 de abril). Tiempo de raves [hipersonica.com] consultado 4 de octubre de 2013 en: <http://www.hipersonica.com/electronica/tiempo-de-raves>
- Historia Del Rock'n'Roll. (Sin fecha). Los Festivales - La Década De Los 70 [azheavymetal.com] en: [http://www.azheavymetal.com/especiales/rock\\_n\\_roll39.php](http://www.azheavymetal.com/especiales/rock_n_roll39.php)
- Historia Del Rock'n'Roll. (Sin fecha). Punk y Heavy Metal - La Década De Los 70 [azheavymetal.com] en: [http://www.azheavymetal.com/especiales/rock\\_n\\_roll38.php](http://www.azheavymetal.com/especiales/rock_n_roll38.php)
- Historia Del Rock'n'Roll: Los Festivales - La Década De Los 70 [sitio web]. En: [http://www.azheavymetal.com/especiales/rock\\_n\\_roll39.php](http://www.azheavymetal.com/especiales/rock_n_roll39.php)
- Historia del Turismo en Benidorm (sin fecha). [hoteltanitbenidorm.com] en: <http://hoteltanitbenidorm.com/historia-del-turismo-en-benidorm/>
- Historia e Influencias - Trash Metal (sin fecha) [infiernometal.com]. En: <http://www.infiernometal.com.ar/Trash-Metal/Historia-e-Influencias-Trash-Metal>
- History of the festival (2014) [rockenseine.com] en: <http://www.rockenseine.com/en/festival/history-of-the-festival/>
- HOLMBERG, E. (2008, 25 de junio). ¿Es mala toda la música rock? [forerunner.com] en: [http://www.forerunner.com/campeon/X0014\\_Es\\_mala\\_toda\\_la\\_msic.html](http://www.forerunner.com/campeon/X0014_Es_mala_toda_la_msic.html)
- ICOMOS. (1999). Carta Internacional sobre el Turismo Cultural de 1999 <http://www.icomos.org>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Población de hecho según el Instituto Nacional de Estadística de España: Alteraciones de los municipios en los Censos de Población desde 1842 y Dirección General de Administración Local de la Generalitat Valenciana: Habitantes de Burriana desde 1986 (cifras INE). Disponible en: <http://www.ine.es>
- IÑIGUEZ, F. (1996, 13 de julio). Rosendo y Medina Azahara dan un empujón al festival de barrio [elpais.com] (consultado 4 de agosto de 2013). En: [http://elpais.com/diario/1996/07/13/madrid/837257065\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1996/07/13/madrid/837257065_850215.html)
- JMVILCHES (2011, 1 de julio). La depresión de los años 30 y el apogeo del swing [musicopolis.es] en: <http://www.musicopolis.es/la-depresion-de-los-anos-30-y-el-apogeo-del-swing/248902011/>
- JOGERSEN, E. M. (1998). *Elvis Presley: A Life In Music*. St. Martin's Press. Recogido de: MAGRO, Estefanía. Se reeditan los conciertos televisados de Elvis en Hawaii. Zoom News [en línea]. 20 de Marzo de 2013. [Fecha de consulta: 11 de noviembre de 2014]. Disponible en: <http://www.zoomnews.es/35206/estilo-vida/cultura-y-espectaculos/elvis-presley-concierto-hawaii-disco>
- JONATAS. (Sin fecha). Música Rock y Fanatismo Religioso [monografias.com] en: <http://www.monografias.com/trabajos13/rock/rock.shtml#ixzz3Kjuukbd0>
- JPROLDAN. (2006, 2 de febrero). *La Historia del Rock (capítulo 2)* [Mensaje en un blog]. Recuperado de: <http://jproldan.blogspot.com.es/2006/02/la-historia-del-rock-captulo-2.html>
- KAUFMAN, G. (2005, 10 de diciembre). Voodoo Music Experience Returning To New Orleans For A Day [mtv.com] consultado 21 de febrero de 2013 en: <http://www.mtv.com/news/articles/1511337/voodoo-fest-returns-new-orleans.jhtml>
- KOELLREUTTER. (1993). Declaración en radio cultura FM de Sao Paulo, en agosto 1993. Citado en: Sexo, droga y rock and roll (2008, 31 de diciembre). [WordPress.com] en: [trinityatierra.wordpress.com/2008/12/31/sexo-droga-y-rock-and-roll](http://trinityatierra.wordpress.com/2008/12/31/sexo-droga-y-rock-and-roll)

- KOELSCH, S. (2011, 17 de agosto). Entrevista Stefan Koelsch: "La música puede variar profundamente el cerebro", [La Vanguardia]. Recuperado de: <http://www.lavanguardia.com/lacontra/20110817/54201280756/la-musica-puede-variar-profundamente-el-cerebro.html>
- KOELSCH, S. (2012, 25 de julio). Entrevista de Eduardo Punset a Stefan Koelsch "Programa redes 105, Música, emociones y neurociencia". Disponible en: <http://www.rtve.es/television/20111009/musica-emociones-neurociencia/465379.shtml>
- La comercialización de los ocios, Suecia, Documento de Trabajo INJ. Santiago, 1996. Citado en: Juventud y tribus urbanas, de MOLINA, J.C. *Última Década nº13* CIDPA Viña del Mar, septiembre 2000, pp. 121-140.
- La Escopeta Valenciana. (8 de agosto de 2014). El impacto económico de los macrofestivales y el cuento de la lechera. En: <http://www.valenciaplaza.com/ver/136897/-el-impacto-economico-de-los-macrofestivales-y-el-cuento-de-la-lechera-.html>
- La generación ye-ye y la música en la España de los 60 (2014, 25 de marzo) [wordpress.com] en: <http://eltraerodepalacio.wordpress.com/2014/03/25/la-generacion-ye-ye-y-la-musica-en-la-espana-de-los-60-2/>
- La junta general de Desarrollo Turístico de Benicàssim acuerda liquidar la sociedad. (2013, 25 de febrero). [castelloninformacion.com] en: <http://www.castelloninformacion.com/benicassim-marques-turismo-colomer/>
- La música en el siglo XXI (Sin fecha). [Web] en: <http://nuestrouiversomusical.weebly.com>
- LA MÚSICA EN LOS 90. (Sin fecha). [galeon.com] consultado 25 de enero de 2014 en: <http://elparaninfo.galeon.com/la%20musica%20en%20los%2090.htm>
- La música rock (2008, 29 de abril) [avizora.com] en: [http://www.avizora.com/publicaciones/musica/textos/0043\\_musica\\_rock.htm](http://www.avizora.com/publicaciones/musica/textos/0043_musica_rock.htm)
- Le site officiel de la France (sin fecha). Rock en Seine [france.fr] en: <http://www.france.fr/es/fiestas-y-festivales/rock-en-seine>
- Lista de los festivales por país (sin fecha) [fest.eu] en: <http://fests.eu/es/country>
- LLOPDELBLUES. (2012). *45 años del inicio del Festival de Monterey* [Mensaje en un blog]. Recuperado de: <http://llopedelblues.blogspot.com.es/2012/06/45-anos-del-inicio-del-festival-de.html>
- Lollapopa (2014). History [lollapalooza.com] en: <http://www.lollapalooza.com/history/>
- LÓPEZ SEGURA, E. (2013, 12 de septiembre). Avándaro y el Festival de Rock de 1971 [televisa.com] en: <http://noticieros.televisa.com/mexico/1309/avandaro-festival-rock-1971/>
- Los 15 conciertos más multitudinarios de la historia. (2011, 10 de noviembre) [paranoidandroids.net] en: <http://www.paranoidandroids.net/2011/11/10/los-15-conciertos-mas-multitudinarios-de-la-historia/>
- Los festivales salvan el negocio musical. (2011, 26 de junio) [elpais.com] consultado 2 de febrero de 2014 en: [http://elpais.com/diario/2011/06/26/negocio/1309093403\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2011/06/26/negocio/1309093403_850215.html)
- LOSADA. (2014, 1 de julio). 10 mejores actuaciones de Glastonbury 2014 [eleconomista.es] de: <http://listas.eleconomista.es/musica/3705-10-mejores-actuaciones-de-glastonbury-2014>
- LUCKMANN, T. (1967). *The Invisible Religion*. Nueva York: MacMillan.
- LUQUE, A. (15 de julio de 2002). El Espárrago 2002 termina con acento español y masiva asistencia de público [elpais.com] en: [http://elpais.com/diario/2002/07/15/andalucia/1026685358\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2002/07/15/andalucia/1026685358_850215.html)
- LUQUERO, C; RUIZ, N; y LAPRESA, J. (2013, 25 de abril). George Harrison and friends, 'The concert for Bangladesh', 1971 [rollingstone.es] de: <http://rollingstone.es/1-george-harrison-and-friends-the-concert-for-bangladesh-1971/>
- MAFFEI, E. (20 de abril de 2011). Festivales de la Canción Popular: 1969 - PRIMER FESTIVAL de la Canción Latina en el mundo - México [Mensaje en un blog]. En: <http://festivalescancionpopular.blogspot.com.es/2011/04/1969-primer-festival-de-la-cancion.htm>

- MALDITO ROCK AND ROLL (2014, 11 de agosto). Woodstock no fue el primero, tampoco Monterey [futuro.cl] en: <http://www.futuro.cl/2014/08/woodstock-no-fue-el-primero-tampoco-monterey/>
- MANKIN, B. We Can All Join In: How Rock Festivals Helped Change America. Like the Dew [en línea]. 4 de marzo de 2012. [Fecha de consulta: 22 de julio de 2013]. Disponible en <http://likethedew.com/2012/03/04/we-can-all-join-in-how-rock-festivals-helped-change-america/>
- MARCINO, C (Presentador). (1993). Hasta que el cuerpo aguante, (Canal Plus), [archivo de video]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=qNJ5HgYHOn8>
- MARTEL, F. (25 de mayo de 2011).Entrevista a Frédéric Martel, autor de 'Cultura Mainstream': "Hay una guerra mundial por la cultura de masas" [haciendo el pino] en: <https://haciendoelpino.wordpress.com/2011/05/25/entrevista-a-frederic-martel-autor-de-cultura-mainstream-hay-una-guerra-mundial-por-la-cultura-de-masas/>
- MARTIN COMAS. (2003). Impacto de la Música sobre los adolescentes [monografias.com] consultado 18 de enero de 2014 en: <http://www.monografias.com/trabajos13/adole/adole.shtml#ixzz3Kpe7aWSS>
- MARTIN, F. (1984, 31 de julio). Calpe Rock-84, por y para extranjeros [elpais.com] (consultado el 22 de octubre de 2013). En: [http://elpais.com/diario/1984/07/31/cultura/460072806\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1984/07/31/cultura/460072806_850215.html)
- MARTIN, F. (20 de junio de 2003). El Festival Espárrago Rock impulsa a las bandas españolas [elpais.com] en: [http://elpais.com/diario/2003/06/20/espectaculos/1056060017\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2003/06/20/espectaculos/1056060017_850215.html)
- MARTÍNEZ COLL, Juan Carlos (2001): "*Las necesidades sociales y la pirámide de Maslow*" en La Economía de Mercado, virtudes e inconvenientes (consultado 5-5-2013). En [http://www.eumed.net/cursecon/2/necesidades\\_sociales.htm](http://www.eumed.net/cursecon/2/necesidades_sociales.htm)
- MARTÍNEZ MAUGARD, A. (2013, 14 de septiembre). Teddy Boys, la tribu urbana que impuso tendencias [vistelacalle.com] en: <http://www.vistelacalle.com/90799/teddy-boys-la-tribu-urbana-que-impuso-tendencias/>
- MARTÍNEZ PITA, P. Hoy se cumplen 45 años del inicio del Festival de Monterey. ABC.es [en línea] 16 de junio de 2012. [Fecha de consulta: 20 de junio de 2014]. Disponible en: <http://www.abc.es/20120615/cultura-musica/abci-festival-monterrey-201206151905.html>
- MARTÍNEZ PITA, P. Las matinales del Circo Price, embrión del pop español, celebran su 50 aniversario. ABC. es [en línea] 30 de octubre de 2012. [Fecha de consulta: 22 de junio de 2014]. Disponible en: <http://www.abc.es/20121030/cultura-musica/abci-matinalesprice-201210291740.html>
- MARTINEZ RENTERIA, C. (2004, 22 de febrero). "Ferlinghetti: la contracultura ya no existe, los medios la han asimilado", [La Jornada] en: <http://www.jornada.unam.mx/2004/02/22/08an1esp.php?printver=0&fly=2>
- MARTÍNEZ UBÁRNEZ, S. (2009, septiembre). La fiesta y la preservación. La identidad cultural. [monografias.com] en: <http://www.monografias.com/trabajos75/fiesta-preservacion-identidad-cultural/fiesta-preservacion-identidad-cultural2.shtml>
- Mayday (sin fecha). Never stop raving [mayday.de] en: [www.mayday.de/events/mayday/2013/deutsch/index.htm](http://www.mayday.de/events/mayday/2013/deutsch/index.htm)
- MAYDAY Dortmund 2013. (sin fecha)[festicket.com]. En: [www.festicket.com/festival/mayday-festival-2013](http://www.festicket.com/festival/mayday-festival-2013)
- MEDINA, M.A. (2008, 16 de abril). Viña Rock vuelve a casa [elpais.com] consultado 12 de marzo de 2013 en: [http://cultura.elpais.com/cultura/2008/04/16/actualidad/1208296804\\_850215.html](http://cultura.elpais.com/cultura/2008/04/16/actualidad/1208296804_850215.html)
- Melbourne Times (sin fecha). Sunbury Music Festival 1972 to 1975 [onlymelbourne.com.au] en: <http://www.onlymelbourne.com.au/sunbury-music-festival-1972-to-1975#.VHOHH2f1aG8>
- MELCÓN, A. (2008, 19 de octubre). El día que nos lavamos la cara [diariodeburgos.es] consultado el 22 de octubre de 2013 en: <http://www.diariodeburgos.es/noticia.cfm/Vivir/20081019/dia/lavamos/cara/11C40EFC-1A64-968D-59D809561B775890>

- MELLA, O. (1998). Naturaleza y orientaciones teórico – metodológicas de la investigación cualitativa. Disponible en: <http://www.reduc.cl/wp-content/uploads/2014/08/NATURALEZA-Y-ORIENTACIONES.pdf>
- MENORROCK 2001(sin fecha). [murciarock.com] en: [http://www.murciarock.com/festival140201\\_1.htm](http://www.murciarock.com/festival140201_1.htm)
- MERCER, M. (2012, 30 de noviembre). Un Libro Negro Clásico: Gothic Rock de la A a la Z [clauzzen.org] en: <http://clauzzen.org/2012/11/30/un-libro-negro-clasico-gothic-rock-de-la-a-a-la-z-de-mick-merc-resena/>
- MIGUEL, U. (2012, agosto). Lo que quedó del rock gótico [jotdown.es] en: <http://www.jotdown.es/2012/08/lo-que-queda-del-rock-gotico/>
- MINGUS B. (1986, 4 DE JUNIO) Radiocadena resucita el festival de la música 'pop' española [elpais.com] consultado el 12 de octubre de 2013 en: [http://elpais.com/diario/1986/06/04/radiotv/518220006\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1986/06/04/radiotv/518220006_850215.html)
- Mitos y Leyendas del Pop Español. (2012, 7 de enero) [acb.com] en: <http://foros.acb.com/viewtopic.php?f=3&p=21547113>
- MONTENEGRO MORENO, M. (6 de noviembre 2008). El método de trabajo de la ciencia y la investigación científica. [juntaextremadura.net]. Servicio de Tecnologías de la Información y Comunicación. Consejería de Educación y Cultura
- MOSNIAGU, O. (2013, 3 de julio). La influencia de la música en la vida de los jóvenes [Suite101.net] consultado 4 de enero de 2014 en: <http://suite101.net/article/la-influencia-de-la-musica-en-la-vida-de-los-jovenes-a22053#ixzz2XPqKV8N1>
- MUÑOZ ROJAS, I. (3 de marzo de 2011). Hablan las cuatro personas más poderosas de la música en España [rollingstone.es]. En: <http://rollingstone.es/reportajes/hablan-las-cuatro-personas-mas-poderosas-de-la-musica-en-espana/>
- My Life – In Concert! 008b. Heatwave Festival, Aug.1980 Pt.2. (24 de agosto de 2010). [mensaje en un blog]. En: [/open.salon.com/blog/variousartists/2010/08/23/my\\_life\\_in\\_concert\\_008bheatwave\\_festival\\_aug\\_1980\\_pt2](http://open.salon.com/blog/variousartists/2010/08/23/my_life_in_concert_008bheatwave_festival_aug_1980_pt2)
- NAVAS, a. (2013, 30 de abril). Los conciertos en streaming, serán la nueva tendencia (Parte I) [indusriamusical.es] consultado 2 de febrero de 2014 en: <http://indusriamusical.es/los-conciertos-en-streaming-seran-la-nueva-tendencia-parte-i/sthash.ZAKatYjQ.dpuf#sthash.PG6TcJYr.dpuf>
- NEWMAN, J. The Untold and Deeply Stoned Story of the First U.S. Rock Festival. Rolling Stone [en línea]. 17 de junio de 2014. [Fecha de consulta: 21 de noviembre de 2014]. Disponible en <<http://www.rollingstone.com/music/news/the-untold-and-deeply-stoned-story-of-the-first-u-s-rock-festival-20140617#ixzz3J2U1nKP1>>
- Notas de prensa de la Comunidad Valenciana. (2010, 13 de mayo). La sociedad de Desarrollo Turístico de Benicassim realiza un balance muy positivo de su primer año de gestión. [notasdeprensacv.es] en: <http://www.notasdeprensacv.es/la-sociedad-de-desarrollo-turistico-de-benicassim-realiza-un-balance-muy-positivo-de-su-primer-ano-de-gestion-15809> (visto 2-12-13)
- Noticias EFE. (2010, 11 de diciembre). Asistentes FIB y Reggae Rototom puntúan con notable su estancia en Benicàssim [finanzas.com] en: [http://www.finanzas.com/noticias/empresas/2010-12-11/396365\\_asistentes-reggae-rototom-puntuan-notable.html#VwZ1d0uvw5h4mkjK](http://www.finanzas.com/noticias/empresas/2010-12-11/396365_asistentes-reggae-rototom-puntuan-notable.html#VwZ1d0uvw5h4mkjK)
- NOUZ. (2010, 17 de diciembre). Benicàssim decide explotar el Turismo de Festivales, luego del FIB y el Rototom [blogreggae.com] en: <http://www.blogreggae.com/benicassim-apuesta-por-el-turismo-de-festivales/>
- NOVOA, J. (2013, 13 de marzo). El streaming de música: un gran reto, ¿un buen negocio? [Mensaje en un blog] en: <http://www.elblogsalmon.com/sectores/el-streaming-de-musica-un-gran-reto-un-buen-negocio>



- NOVOA, J. (2013, 16 de mayo). El streaming de música tiene un mayor peso entre los artistas independientes europeos [Mensaje en un blog] en: <http://www.elblogsalmon.com/sectores/el-streaming-de-musica-tiene-un-mayor-peso-entre-los-artistas-independientes-europeos>
- NOVOA, J. (2013, 29 de enero). El pago por servicios de streaming de música creció un 94% en España en 2012 [genbeta.com] consultado 2 de febrero de 2014 en: <http://www.genbeta.com/multimedia/el-pago-por-servicios-de-streaming-de-musica-crecio-un-94-en-espana-en-2012>
- NYE, J. (2009, 18 de octubre). Estados Unidos seguirá siendo, pese a todo, el país de mayor influencia [clarin.com] consultado 2 de febrero de 2014 en: <http://edant.clarin.com/suplementos/zona/2009/10/18/z-02021187.htm>
- NYE, J. (2011, 19 de abril). Entrevista a Joseph Nye [Truman]. Recuperado de: <http://trumanfactor.com/2011/entrevista-joseph-nye-2444.html>
- Ocio Benicassim. (Sin fecha). [Guiaradcliffe.com] (Consultado 13 de octubre de 2014) en: <http://www.guiaradcliffe.com/ver/16136/Ocio-Benicassim.html>
- Opener (2012). The story [opener.pl] en: <http://opener.pl/en/About/The-Story>
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. OMT (1991): Seminar on new forms of demand, new products. Nicosia, OMT-WTO-BTO
- OVERLEY, J. (2008, 3 de agosto). 40 years later, Newport Pop Festival reverberates [ocregister.com] en: <http://www.ocregister.com/news/festival-108932-pop-days.html>
- OVERLEY, J. (2008, 8 de agosto). Readers reminisce about Newport Pop Festival of 1968 [ocregister.com] en: <http://www.ocregister.com/news/remember-108950-stage-people.html>
- PADAWER, A «Nuevos esencialismos para la antropología: las bandas y tribus juveniles, o la vigencia del culturalismo» (en español) (pdf). Consultado el 10/04/2014. <http://www2.fices.unsl.edu.ar/~kairos/k14-archivos/ana%20padawer.pdf>
- PÁEZ, A (2012, 7 octubre). Shoegazing: El efecto del pedal [eleanorigby.com] en: <http://www.eleanorigby.com/shoegazing-el-efecto-del-pedal/#sthash.p5ZPaEI5.dpuf>
- PÉREZ DE ALBENIZ, J. (1988, 17 de septiembre). 'Montruos' del rock' convoca en Madrid a los mejores grupos de música 'heavy' del mundo [elpais.com] consultado el 4 de agosto de 2013 en: [http://elpais.com/diario/1988/09/17/cultura/590450406\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1988/09/17/cultura/590450406_850215.html)
- PÉREZ DE ALBENIZ, J. (1991, 15 de octubre). Las mejores guitarras del mundo suenan desde hoy en Sevilla en una cita histórica [elpais.com] consultado 12 de marzo de 2013 en: [http://elpais.com/diario/1991/10/15/cultura/687481211\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1991/10/15/cultura/687481211_850215.html)
- PÉREZ, I. (2013, 13 de mayo). Las cenizas de la Ruta Destroy [elmundo.es] consultado 21 de marzo de 2013 en: <http://www.elmundo.es/elmundo/2010/05/13/valencia/1273760726.html>
- Pinkpop Festival. (2014, 7 de junio) Pinkpop Festival 2014 Setlists [setlist.fm] de: <http://www.setlist.fm/festival/2014/pinkpop-festival-2014-5bd6e710.html>
- PINKPOP. (Sin fecha). Pinkpop Festival 1970 – 2012 [pinkpop.nl] en: [www.pinkpop.nl/history](http://www.pinkpop.nl/history)
- Pitchfork Staff. (2013, 17 de abril). The Pitchfork guide to summer festivals [pitchfork.com] en: <http://pitchfork.com/features/articles/9108-the-pitchfork-guide-to-summer-festivals/>
- PORRAS, G. (2012, 7 de junio). Los años 60 y el beat británico: The Beatles [clavesdemusica.com] en: <http://www.clavesdemusica.com/2012/06/los-anos-60-y-el-beat-britanico-beatles.html>
- Portal metálico (sin fecha). Festivales España. [telecable.es], en: <http://www.telecable.es/personales/emiliosoto/festivales.htm>
- PORTELA L. (16 de enero de 2012). 25 lugares míticos del pop-rock español, a través de Google Earth [rollingstone.es]. En: <http://rollingstone.es/noticias/25-lugares-miticos-del-pop-rock-espanol-a-traves-de-google-earth/>
- PORTELA, L. (2012, 16 de enero). 25 lugares míticos del pop-rock español, a través de Google Earth [rollingstone.es] (consultado 16 de agosto de 2013). En: <http://rollingstone.es/noticias/view/25-lugares-miticos-del-pop-rock-espanol-a-traves-de-google-earth>

- Prensa Diputación de Castellón. (30 de julio de 2014) Moliner destaca la consolidación del Arenal Sound como generador de valor de marca turística internacional de la provincia. En: <http://www.dipcas.es/es/moliner-destaca-la-consolidacion-del-arenal-sound-como-generador-de-valor-de-marca-turistica-internacional-de-la-provincia/>
- PSICODELIAPURA, (2013, 20 de julio) George Harrison – The Concert for Bangladesh (1971) [wordpress.com] en: <https://entreamimente.wordpress.com/2013/07/20/george-harrison-the-concert-for-bangladesh-1971/>
- PSYCHEDELIC VIBES PRODUCTION - Cultura Psicodelica (Sin fecha). Psicodelia [psychedelicvibes.es.tl] en: <http://psychedelicvibes.es.tl/Cultura-Psicodelica.htm>
- Psychology Dictionary (sin fecha). What is drug culture? [psychologydictionary.org] de: <http://psychologydictionary.org/drug-culture/>
- PUNSET, E. (2009, 17 de enero). El gran descubrimiento de Darwin [mensaje en un blog]. En: <http://www.eduardpunset.es/166/general/el-gran-descubrimiento-de-darwin>
- RADCLIFFE-BROW, A. R. (2009) *Estructura y función en la sociedad primitiva*. Introducción. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/11475625/Radcliffe-Brown-Estructura-y-funcion-en-la-sociedad-primitiva-Introduccion-9-23>.
- RADCLIFFE-BROWN, A. R. (1952) *El concepto de función en la ciencia social*. Citado en ÁLVAREZ ROLDAN, A. (2012, marzo). Alfred R. Radcliffe-Brown y el concepto de estructura social [blogspot.com] en: <http://teoriaehistoriaantropologica.blogspot.com.es/2012/03/radcliffe-brown-y-el-concepto-de.html>
- RAFAEL CORTÉS, R. (5 de mayo de 2013). Michael Jackson en Marbella: agosto de 1988 [diariosur.es]. En: <http://www.diariosur.es/20130505/mas-actualidad/cultura/michael-jackson-marbella-agosto-201305050047.html>
- RAMALLO, F. (2013, 15 de marzo). Streaming de recitales, del under a la masividad [infotechnology.com] consultado 2 de febrero de 2014 en: <http://www.infotechnology.com/internet/Streaming-de-recitales-del-under-a-la-masividad-20130315-0002.html>
- RAMÍREZ, M.J. (2008, 17 de agosto). Granada y su pasión festivalera [granadahoy.com] en: <http://www.granadahoy.com/article/ocio/206375/granada-y-su-pasion/festivalera.html>
- RATLIFF, B. (10 de noviembre de 2009). Historic Sounds of Newport, Newly Online [The New York Times]. En: [http://www.nytimes.com/2009/11/11/arts/music/11vault.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2009/11/11/arts/music/11vault.html?_r=0)
- RATLIFF, B. (2009, 10 de noviembre). Historic Sounds of Newport, Newly Online [nytimes.com] en: [http://www.nytimes.com/2009/11/11/arts/music/11vault.html?\\_r=2&scp=1&sq=wolfgangsvault&st=cse&\"Historic Sounds of Newport, Newly Online\" The New York Times](http://www.nytimes.com/2009/11/11/arts/music/11vault.html?_r=2&scp=1&sq=wolfgangsvault&st=cse&\)
- Real Academia de la Lengua Española, (2010). Festival. En *Diccionario de la lengua española*. (Vigésima segunda edición). Consultado en <http://www.rae.es/>
- Real Academia de la Lengua Española, (2010). Música. En *Diccionario de la lengua española*. (Vigésima segunda edición). Consultado en <http://www.rae.es/>
- Real Academia de la Lengua Española. (2010). Rock and Roll, *Diccionario de la Lengua Española* (Vigésima segunda edición). Consultado en <http://www.rae.es/>
- Real Academia de la Lengua Española. (2010). Rock, *Diccionario de la Lengua Española* (Vigésima segunda edición). Consultado en <http://www.rae.es/>
- REDONDO ROMERO, A. (Sin fecha). El papel de la música en los Jóvenes. Disponible en: <http://musicamep.misoldo.com/noveno/papeldelamusicaenlosjovenes.pdf>
- Revista Fans, (1965). Nº 1-31. Citado en: OTAOLA GONZALEZ, P. (2012). La música pop en la España franquista: rock, ye-ye y beat en la primera mitad de los años 60, *ILCEA*, 16. Disponible en: <http://ilcea.revues.org/1421>
- RODERICK, K. (2007, 21 de junio). Hendrix at Devonshire Downs [laobserved.com] en: [http://www.laobserved.com/archive/2007/06/hendrix\\_at\\_devonshire\\_dow.php](http://www.laobserved.com/archive/2007/06/hendrix_at_devonshire_dow.php)

- ROJANO MERCADO, J. (2010). Importancia de la investigación cualitativa [monografias.com] en: <http://www.monografias.com/trabajos81/importancia-investigacion-cualitativa/importancia-investigacion-cualitativa2.shtml#ixzz2hnAcpSAJ>
- ROMER, M. (sin fecha). Toasting [about.com] en: <http://worldmusic.about.com/od/reggaeandskaglossary/g/Toasting.htm>
- ROSADO, P. (sin fecha). Ciudad de Granada – Festivales [andalucia.com]. En: <http://www.esp.andalucia.com/ciudades/granada/festivales.htm>
- ROSENBERG, J. (2014). The Woodstock Festival of 1969 [about.com] en: <http://history1900s.about.com/od/1960s/p/woodstock.htm>
- ROSSEAU, J.J. (2007) *Diccionario de Música*. Madrid: Akal.
- Rtve (2009). *Fragmento del NO-DO de 1969 alusivo al festival de Woodstock [Video]*. Disponible en: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/fue-noticia-en-el-archivo-de-rtve/woodstock-no-do-1969/546133/>
- Rtve (2009). *Reportaje de "Informe Semanal" realizado en 1979 con motivo del décimo aniversario de la celebración del festival musical de Woodstock [Video]*. Disponible en: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/musica-en-el-archivo-de-rtve/decimo-aniversario-del-festival-woodstock/545807/>
- Rtve (2010). *¿Te acuerdas?- teatro circo Price [Video]*. Recuperado de: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/te-acuerdas/acuerdas-teatro-circo-price/934657/>
- RUIZ AJA, L. (2008) - *La Contracultura: ¿Qué fue, qué queda?* [Mensaje en un blog]. Recuperado de <http://contracultura-luisruiz.blogspot.com.es/2008/06/la-imaginacion-al-poder.html>
- RUIZ, A. (2012, 14 de marzo). Benidorm mejora su rentabilidad turística [diarioinformacion.com] en: <http://www.diarioinformacion.com/benidorm/2012/03/14/benidorm-mejora-rentabilidad-turistica/1233690.html>
- SAEZ DE TEJADA, I. (1993, 8 de julio). La mayor concentración de músicos de rock en España comienza hoy en La Coruña [elpais.com] consultado 12 de marzo de 2013 en: [http://elpais.com/diario/1993/07/08/cultura/742082404\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1993/07/08/cultura/742082404_850215.html)
- SAHORES, J. (2001, 5 de enero). El mayo francés de 1968 [historiageneral.com] en: <http://historiageneral.com/2011/01/05/el-mayo-frances-de-1968/>
- SALAZAR, J.S. (2013, 19 de junio). Las verbenas del siglo XXI [enorbita.tv] consultado 3 de febrero de 2014 en: <http://www.enorbita.tv/zeductive>
- SANCHO PÉREZ, A. (2001). *Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo*. Organización Mundial del Turismo (OMT). Disponible en: [http://sistemaucem.edu.mx/bibliotecavirtual/oferta/licenciaturas/gastronomia/GO104/apuntes\\_de\\_metodologia\\_de\\_la\\_investigacion\\_en\\_turismo.pdf](http://sistemaucem.edu.mx/bibliotecavirtual/oferta/licenciaturas/gastronomia/GO104/apuntes_de_metodologia_de_la_investigacion_en_turismo.pdf)
- SCHMITT, T. (2007). Pragmatismo y utopía: Música y Universidad en Alemania [wordpress.com]. En: [https://thomasschmitt.files.wordpress.com/2007/10/utopia\\_pragmatismo.pdf](https://thomasschmitt.files.wordpress.com/2007/10/utopia_pragmatismo.pdf)
- SEBASTIAN, F. (2008, 11 de mayo). Un cuarto de siglo de ruta [levante-emv.com] consultado 21 de marzo de 2013 en: <http://www.levante-emv.com/portada/2008/05/11/portada-valencia-cuarto-siglo-ruta/444733.html>
- Sexo, droga y rock and roll (2008, 31 de diciembre) [wordpress.com] en: <http://trinitytierra.wordpress.com/2008/12/31/sexo-droga-y-rock-and-roll/>
- SGAE (2006) Macro-Festivales y Grandes Festivales. Disponible en: <http://www.anuariosgae.com/anuario2006/anuariopdfs/03%20POPULAR/03%20CapPOPU02.pdf>
- Shock.com.co (20 de marzo de 2010). Festival Estéreo Picnic: música, ultimate y buena vibra [elespectador.com]. Disponible en: <http://www.elespectador.com/entretenimiento/agenda/goce/articulo194241-festival-estereo-picnic-musica-ultimate-y-buena-vibra>



- Skinheads. (2008, 22 de septiembre) Tribus Urbanas. Información y actualidad de las tribus urbanas. Skinheads [wordpress.com] de: <http://dtribusurbanas.wordpress.com/2008/09/22/skinheads/>
- SMART, J. (2007, 11 de diciembre). ATP: The Nightmare Before Christmas [guardian.co.uk] consultado 4 de febrero de 2013 en: <http://www.guardian.co.uk/music/2007/dec/11/popandrock.festivals>
- STOCK, M. (2012, 17 de octubre). From Rose City to Austin City: An ACL Wrap-Up [wweek.com] en: [http://www.wweek.com/portland/blog-29332-from\\_rose\\_city\\_to\\_austin\\_city\\_an\\_acl\\_wrap\\_up.html](http://www.wweek.com/portland/blog-29332-from_rose_city_to_austin_city_an_acl_wrap_up.html)
- STOUT, G. (2003, 25 de mayo). Sasquatch! lineup hugely rewarding for faithful fans [seattlepi.com] en: <http://www.seattlepi.com/ae/music/article/Sasquatch-lineup-hugely-rewarding-for-faithful-1115513.php>
- Sunbury Music Festival: 1972 to 1975. (Sin fecha). [onlymelbourne.com] consultado 17 de agosto de 2013 en: [http://www.onlymelbourne.com.au/melbourne\\_details.php?id=3504](http://www.onlymelbourne.com.au/melbourne_details.php?id=3504)
- SWANSON, M. (Sin fecha). La celebración y el pueblo del antiguo Egipto [ehowenespanol.com] en: [http://www.ehowenespanol.com/celebracion-pueblo-del-antiguo-egipto-info\\_266890/](http://www.ehowenespanol.com/celebracion-pueblo-del-antiguo-egipto-info_266890/)
- T In The Park 2013. (Sin fecha) [virtualfestivals.com] En. [www.virtualfestivals.com/t-in-the-park-2013/news](http://www.virtualfestivals.com/t-in-the-park-2013/news)
- Teen Boys Musica Spain (2007) El circo Price y sus matinales [losteenboys.com] de: <http://www.losteenboys.com/circoprice.html>
- Teledocumentales (1970). *Woodstock, 3 días de paz y música, 1970 [video]*. Disponible en: <http://www.teledocumentales.com/woodstock-3-dias-de-paz-y-musica/>
- Textos seleccionados y presentados por Yves Winkin, (Pp. 11-85). Barcelona, Paidós.
- The Knebworth Park Festivals. (Septiembre de 2010). [ukrockfestivals.com]. en: [www.ukrockfestivals.com/79-Knebworth-festival.html](http://www.ukrockfestivals.com/79-Knebworth-festival.html)
- The Monterey International Pop Festival Foundation (2012). The big idea. [monterreycityfestival.com] en: <http://monterreycityfestival.com/festival/>
- The New York Times. (16 de agosto de 1981). The news at Newport: jazz is back in town [nytimes.com]. En: <http://www.nytimes.com/1981/08/16/arts/the-news-at-newport-jazz-is-back-in-town.html>
- This day in history. (2014). Woodstock festival concludes [history.com] en: <http://www.history.com/this-day-in-history/woodstock-music-festival-concludes>
- TORREGROSA, A. (2013, 16 de octubre). Benicàssim convoca el primer consejo de turismo tras la desaparición de la DTB [levante-emv.com] en: <http://www.levante-emv.com/castello/2013/10/16/benicassim-convoca-primer-consejo-turismo/1041872.html>
- TOWN, L. (2004, 21 de junio). Sasquatch Music Festival [Sasquatch Music Festival Official] en: Website [http://www.leftoffthedial.com/6\\_04Sasquatch.htm](http://www.leftoffthedial.com/6_04Sasquatch.htm)
- Triunfo*, n° 27, 8 de diciembre de 1962, en GONZALEZ OTAOLA, P. La música pop en la España franquista: rock, ye-ye y *beat* en la primera mitad de los años 60 », *ILCEA* [En línea]. 2012, n. 16 [consultado el 15 de enero de 2014]. Disponible en: <http://ilcea.revues.org/1421>
- Tuska Organization (2012). History [tuska-festival.fi]. En: <http://www.tuska-festival.fi/en/?page=history>
- University of Houston Digital Library. (31 de mayo de 2005). Rendez-vous Houston [mensaje en un blog]. En: [uhdigitallibrary.blogspot.com.es/2012/05/rendez-vous-houston.html](http://uhdigitallibrary.blogspot.com.es/2012/05/rendez-vous-houston.html)
- URBAN TIME. (2012, 24 de abril). Los festivales de música más grandes del mundo [urbantime.es] (consultado el 20 de octubre de 2013). En: <http://www.urbantime.es/general/los-festivales-de-musica-mas-grandes-del-mundo/>
- URRERO, G. (27 Abril 2009). Semana de Música Religiosa de Cuenca [thecult.es]. En: <http://www.thecult.es/Musica-clasica/semana-de-musica-religiosa-de-cuenca.html>
- VANATOR. (2008, 25 de agosto). REVIEW: Outside Lands Festival (SF) [macktronic.blogspot.com] en: <http://macktronic.blogspot.com.es/2008/08/review-outside-lands-festival-sf.html>

- VARGAS, R. (2007). Los paradigmas de la investigación y los planos del conocimiento. Cátedra: Proyecto II, Septiembre, 2007. En: <https://unesr.files.wordpress.com/2007/10/proyecto-ii-paradigmas-planos-del-conocimiento-roberto-vargas.pdf>
- Vendidas 27.200 entradas del festival SOS 4.8 (2013, 26 de abril), [laverdad.es] en: <http://www.laverdad.es/murcia/20130426/local/region/vendidas-entradas-festival-201304261437.html>
- VERGARA, C. (2010, 19 de noviembre). Lollapalooza: el festival de música más importante se hará en Chile el 2 y 3 de abril [diario.latercera.com] (consultado 14 de noviembre de 2013). En: <http://diario.latercera.com/2010/11/19/01/contenido/cultura-entretencion/30-45246-9-lollapalooza-el-festival-de-musica-mas-importante-se-hara-en-chile-el-2-y-3-de.shtml>
- VIDAL-BENEYTO, J. (Sin fecha). *Discurso de investidura como Doctor Honoris Causa* del Profesor Doctor D. José Vidal-Beneyto. Universidad de Valencia. Disponible en: [www.uv.es/sociolo/Gesweb/Diversos/discursdevidalbeneyto.doc](http://www.uv.es/sociolo/Gesweb/Diversos/discursdevidalbeneyto.doc)
- Villa de Madrid. (Sin fecha). [nuestrorock80.com] consultado 5 de agosto de 2013 en: <http://www.nuestrorock80.com/Los%20grupos/villa%20de%20madrid/villa.htm>
- VILLAREJO, E; y COSÍN, R. (2008, 8 de agosto). La resaca de la ruta cumple 25 años [abc.es] consultado 21 de marzo de 2013 en: <http://www.abc.es/20080829/vivir-viajar-gourmet-rutas/bakalao-resaca-ruta-cumple-20080829.html>
- VIÑA ROCK. (2013, 7 de enero). Festival Arte Nativo, 16 años dando rock. [Mensaje en un blog]. En: <http://blogs.ua.es/ruidomusical/?tag=rock>
- WERTZ. (2013, 31 de agosto). 1970. [pinkpop.org] de: [www.pinkpop.org/1970.htm](http://www.pinkpop.org/1970.htm)
- WHEEL, E. (2013). *La imaginación soñó nuevas formas de vida en Woodstock 1969* [Mensaje en un blog]. Recuperado de: <http://mirandoporlamirilla.wordpress.com/2013/10/18/la-imaginacion-sononuevas-formas-de-vida-en-woodstock-1969/>
- YAGUE, J. (Director). (1965). *Megatón ye-ye*, [cinta cinematográfica]. España: Eva film/ Mundial Film.
- YOUNG, A. (2010, 5 de abril). Interview: Adam Zacks, Founder of Sasquatch! Music Festival [consequenceofsound.net] en: <http://consequenceofsound.net/2010/04/interview-adam-zacks-founder-of-sasquatch-music-festival/>
- YOUTUBE. (13 de abr. de 2008). 50 aniversario Televisión Española (TVE) "La imagen de tu vida"- Enrique Tierno Galván [archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=G5kTx6DWi7g>
- ZdeO. (2005, 26 de julio). La actuación de Queen en el Live Aid de 1985 elegida el mejor concierto de la historia [los40.com] consultado el 15 de diciembre de 2013 en: <http://www.los40.com/actualidad/noticias/la-actuacion-de-queen-en-el-live-aid-de-1985-elegida-el-mejor-concierto-de-la-historia/nota/1281675.aspx>

## **Páginas web**

[http:// www.americanamusic.org](http://www.americanamusic.org)  
[http:// www.coronacapital.com.mx](http://www.coronacapital.com.mx)  
[http:// www.cultura.rototom.com/](http://www.cultura.rototom.com/)  
[http:// www.envivofestival.com](http://www.envivofestival.com)  
[http:// www.es.sonisphere.eu](http://www.es.sonisphere.eu)  
[http:// www.ilcea.revues.org](http://www.ilcea.revues.org)  
[http:// www.pitchfork.com](http://www.pitchfork.com)  
[http:// www.rockinrio.com](http://www.rockinrio.com)  
[http:// www.sonisphere.co.uk](http://www.sonisphere.co.uk)  
[http:// www.szigetfestivales.wordpress.com](http://www.szigetfestivales.wordpress.com)  
[http:// www.turismo.benicassim.es](http://www.turismo.benicassim.es)  
[http:// www.turismo.benicassim.es](http://www.turismo.benicassim.es)  
[http://www. sunnyvibes.rototom.com](http://www.sunnyvibes.rototom.com)  
[http://www. donbranker.com](http://www.donbranker.com)  
<http://www.aclfestival.com>  
<http://www.aeveurovision.com>  
<http://www.allmusic.com/style/hard-rock-ma0000002636>  
<http://www.americanaroots.com>  
<http://www.arenasound.com>  
<http://www.azkenarockfestival.com>  
<http://www.benidormlive.com>  
<http://www.bestival.net>  
<http://www.bilbaobbklive.com>  
<http://www.burningman.com>  
<http://www.burriana.es>  
<http://www.cartagena.es>  
<http://www.compostelacapitalcultural.org>  
<http://www.consequenceofsound.net>  
<http://www.elfestivalmasgrande.com.ar>  
<http://www.etnosur.com>  
<http://www.festivalderramerock.com>  
<http://www.granafestival.org>  
<http://www.graspopmetalmeeting.de>  
<http://www.history-of-rock.com>  
<http://www.isleofwightfestival.com>  
<http://www.lasttourinternational.com>  
<http://www.latitudefestival.com>  
<http://www.ledzeppelin.com>  
<http://www.legislation.gov.uk>  
<http://www.lollapalooza.com>  
<http://www.longtail.com>  
<http://www.lorcarockfestival.com>  
<http://www.lowcostfestival.es>  
<http://www.ltinews.net>  
<http://www.manerasdevivir.com>  
<http://www.metalstorm.net>  
<http://www.mif.co.uk>

<http://www.monstersofrock.es>  
<http://www.monterreycityfestival.com>  
<http://www.nacionalpop.com>  
<http://www.nature-one.de>  
<http://www.newportjazzfest.org>  
<http://www.nuevaola80.com>  
<http://www.osheaga.com>  
<http://www.osheaga.com>  
<http://www.oti.tv>  
<http://www.oxegen.ie>  
<http://www.ozarkmusicfestival.com>  
<http://www.ozzfest.com>  
<http://www.parcjeandrapeau.com>  
<http://www.pepsimusic.com>  
<http://www.pinkpop.nl>  
<http://www.primaverasound.com>  
<http://www.quincenamusal.com>  
<http://www.raperos.com>  
<http://www.reggaecontest.com>  
<http://www.resurrection-fest.com>  
<http://www.rock-am-ring.com>  
<http://www.rock-am-ring.com>  
<http://www.rototomsunsplash.com/es>  
<http://www.rutadestroy.com>  
<http://www.sfoutsidelands.com>  
<http://www.sgae.es>  
<http://www.singers.com>  
<http://www.smash-uk.com>  
<http://www.sodapoprevisited.com>  
<http://www.sonispherefestivals.com>  
<http://www.sos48.com>  
<http://www.summersonic.com>  
<http://www.summersonic.com>  
<http://www.swedenrock.com>  
<http://www.technoastur.com>  
<http://www.territoriossevilla.com>  
<http://www.tinthepark.com>  
<http://www.vinarock.net>  
<http://www.vinarock.tk>  
<http://www.visitbenidorm.es>  
<http://www.wirelessfestival.co.uk>  
<http://www.worshipthemusic.com>  
<http://www.xn--viarock-5za.com>



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

# **ANEXOS**



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

## **ANEXO I: ÍNDICE DE TABLAS, FIGURAS IMÁGENES**

### **TABLAS**

<b>Tabla 1.</b> Etapas de la historia de la música.....	6-7
<b>Tabla 2.</b> Taxonomía de los festivales de musicales.....	11
<b>Tabla 3.</b> Aproximaciones conceptuales de la práctica turística.....	66



<b>Tabla 4.</b> Perspectivas complementarias en el significado de la música.....	72
<b>Tabla 5.</b> Perspectivas empirista, la racionalista y la sociológica.....	72
<b>Tabla 6.</b> Principales escuelas de la sociología de la música.....	73
<b>Tabla 7.</b> Preguntas para elaborar un diseño de investigación.....	110
<b>Tabla 8.</b> Técnicas de recolección de información.....	123
<b>Tabla 9.</b> Agentes vinculados al sector festivales entrevistados.....	124
<b>Tabla 10.</b> Entrevistados del sector prensa.....	124
<b>Tabla 11.</b> Entrevistados del sector organización.....	125
<b>Tabla 12.</b> Entrevistados del sector administraciones públicas.....	125
<b>Tabla 13.</b> Entrevistados del sector asociaciones organizaciones y empresas.....	126
<b>Tabla 14.</b> Entrevistados del sector expertos.....	127
<b>Tabla 15.</b> Fases de investigación.....	130
<b>Tabla 16.</b> TOP 10 Festivales según el número de asistentes.....	280
<b>Tabla 17.</b> Asistencia e impacto económico año 2013.....	282
<b>Tabla 18.</b> Festivales objeto de estudio.....	302
<b>Tabla 19.</b> Revisión conceptual de producto turístico.....	381-382

## **FIGURAS**

<b>Figura 1.</b> Un marco para comprender el turismo de eventos.....	37
<b>Figura 2.</b> Modelo trampolín de Jafar Jafari.....	63
<b>Figura 3.</b> Motivadores del ocio.....	67
<b>Figura 4.</b> Triangulación metodológica.....	91
<b>Figura 5.</b> El método científico.....	95
<b>Figura 6.</b> Proceso para el tratamiento científico de los problemas.....	97
<b>Figura 7.</b> Secuencia lógica del método científico y de la relación entre sus etapas.....	98
<b>Figura 8.</b> Planteamiento del problema desde dos ópticas.....	102
<b>Figura 9.</b> Principales características de la investigación cualitativa.....	107
<b>Figura 10.</b> Modelo de investigación cualitativo de Joseph A. Maxwell (1996, 3:4).....	109
<b>Figura 11.</b> Planteamiento constructivista.....	114
<b>Figura 12.</b> Investigación cualitativa.....	115

<b>Figura 13.</b> Ámbito, métodos y enfoques de la investigación.....	116
<b>Figura 14.</b> Diseño de esta investigación.....	117
<b>Figura 15.</b> Procedimiento de investigación.....	119
<b>Figura 16.</b> Etapas de la investigación.....	129
<b>Figura 17.</b> Etapas propuestas de investigación.....	132
<b>Figura 18.</b> Industrias culturales y creativas.....	278
<b>Figura 19.</b> Facturación neta anual música en vivo en España.....	279
<b>Figura 20.</b> Cadena de valor de un destino turístico.....	287
<b>Figura 21.</b> Ámbitos generadores de Sights.....	296
<b>Figura 22.</b> Comparativa porcentaje de ocupación hotelera 2012 Benicasim.....	312
<b>Figura 23.</b> Comparativa porcentaje de ocupación hotelera 2013 Benicasim.....	312
<b>Figura 24.</b> Comparativa porcentaje de ocupación en campings 2012 Benicasim.....	313
<b>Figura 25.</b> Comparativa porcentaje de ocupación en campings 2013 Benicasim.....	313
<b>Figura 26.</b> Asistentes al Rototom de 1994 a 2012.....	324
<b>Figura 27.</b> Procedencia del público al Rototom.....	324
<b>Figura 28.</b> Distribución del mercado turístico de la Comunidad Valenciana. Pernoctaciones hoteleras. Octubre 2013.....	340
<b>Figura 29.</b> Procedencias de los asistentes al Low Festival.....	344
<b>Figura 30.</b> Repercusiones sociales de los festivales.....	351
<b>Figura 31.</b> Repercusiones sociales negativas de los festivales.....	357

## **IMÁGENES**

<b>Imagen 1.</b> Cartel promocional Woodstock 1969.....	169
<b>Imagen 2.</b> Documental Woodstock ( <i>Woodstock. 3 Days of Peace &amp; Music</i> ).....	171
<b>Imagen 3.</b> Cartel promocional Festival rock de Burgos (1975).....	203
<b>Imagen 4.</b> Cartel 2010 Arenal Sound.....	392
<b>Imagen 5.</b> Cartel 2011 Arenal Sound.....	392
<b>Imagen 6.</b> Cartel 2012 Arenal Sound.....	393
<b>Imagen 7.</b> Cartel 2013 Arenal Sound.....	393

<b>Imagen 8.</b> Cartel 2014 Arenal Sound.....	394
<b>Imagen 9.</b> Cartel 2015 Arenal Sound.....	394
<b>Imagen 10.</b> Cartel 2010 Low Festival.....	395
<b>Imagen 11.</b> Cartel 2011 Low Festival.....	395
<b>Imagen 12.</b> Cartel 2012 Low Festival.....	396
<b>Imagen 13.</b> Cartel 2013 Low Festival.....	396
<b>Imagen 14.</b> Cartel 2014 Low Festival.....	397
<b>Imagen 15.</b> Cartel 2015 Low Festival.....	397
<b>Imagen 16.</b> Cartel 2010 FIB.....	398
<b>Imagen 17.</b> Cartel 2011 FIB.....	398
<b>Imagen 18.</b> Cartel 2012 FIB.....	399
<b>Imagen 19.</b> Cartel 2013 FIB.....	399
<b>Imagen 20.</b> Cartel 2014 FIB.....	400
<b>Imagen 21.</b> Cartel 2015 FIB.....	400



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante