



universidad
de león
Facultad de Ciencias
Económicas y Empresariales

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Universidad de León

Grado en Turismo

Curso 2020/2021

**DISEÑO DE UN PROYECTO CULTURAL:
LEÓN FEST, FESTIVAL DE MÚSICA
ALTERNATIVA**

DESIGN OF A CULTURAL PROJECT:

LEÓN FEST, ALTERNATIVE MUSIC

FESTIVAL

Realizado por el alumno D^o Jorge Melo Vázquez

Tutelado por el Profesor D^o Jorge Martínez Montero

Cotutor: D^o Iván Rega Castro

León, 22 de julio de 2021

MODALIDAD DE DEFENSA PÚBLICA:

Tribunal

Póster

ÍNDICE:

1. INTRODUCCIÓN	1
2. OBJETIVOS	4
3. METODOLOGÍA	5
4. BASES CONTEXTUALES DEL TURISMO MUSICAL Y DE LOS FESTIVALES DE MÚSICA	7
4.1. HISTORIA Y ACTUALIDAD DE LOS FESTIVALES EN ESPAÑA	11
5. BASES CONTEXTUALES DEL PROYECTO	19
5.1. FINALIDAD	20
5.2. DINÁMICA TERRITORIAL	20
5.3. DINÁMICA SECTORIAL	22
5.4. ANTECEDENTES Y ACTUALIDAD DE LA CULTURA MUSICAL Y FESTIVALES DE LEÓN	23
5.5. ANÁLISIS DAFO DE LA ORGANIZACIÓN GESTORA Y DEL PROYECTO	33
6. DEFINICIÓN DEL PROYECTO	35
6.1. UBICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES	36
6.1.1 Actividad principal	37
6.1.2 Actividades complementarias	37
6.1.3 Actividades derivadas	39
6.2. PÚBLICO OBJETIVO	41
6.3. MODELO DE GESTIÓN DEL PROYECTO	43
6.4. CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN DEL FESTIVAL LEÓN FEST	43
6.5. PRESUPUESTO DEL FESTIVAL LEÓN FEST	44
7. MARCA, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN	47
8. MÉTODO DE EVALUACIÓN	49
9. CONCLUSIONES	50

Referencias bibliográficas y fuentes consultadas.

Anexos.

Índice de tablas, cuadros, figuras y gráficos:

Cuadro 3.1. Diagrama de Gantt del proceso de elaboración del presente trabajo.....	6
Cuadro 5.1. Análisis D.A.F.O de la organización gestora.....	34
Cuadro 6.1. Colaboradores y patrocinadores de LeónFest.....	46
Cuadro 7.1. Diseño de marca oficial del <i>LeónFest</i>	47
Figura 4.1. Carteles promocionales del festival Monterey, 1967.....	9
Figura 4.2. Festival de Woodstock, 1969.....	10
Figura 4.3. Festival de la isla de Wight, 1970.....	10
Figura 4.4. Cartelería del 1º festival de la canción de Benidorm, 1959.....	11
Figura 4.5. Imágenes de prensa sobre el <i>Festival Internacional de Rock Progresivo Granollers</i> , 1971.....	12
Figura 4.6. Cartel de la primera edición de Iberpop, 1984.....	13
Figura 4.7. Mapa porcentual de turistas musicales internacionales que visitan España.....	18
Figura 5.1. Datos de población de la provincia y municipio de León, 2020.....	21
Figura 6.1. Ubicación del festival de música alternativa <i>LeónFest</i>	36
Gráfico 4.1. Número de asistentes a festivales en los años 2017, 2018 y 2019.....	14
Gráfico 4.2. Facturación neta de la música en vivo en España durante los últimos años.....	15
Gráfico 4.3. Distribución de los festivales por comunidad autónoma.....	18
Tabla 4.1. Festivales con mayor número de asistentes y su impacto económico en el año 2019...	16
Tabla 5.1. Festivales de Castilla y León en otras provincias.....	24
Tabla 5.2. Festivales de la provincia de León.....	27
Tabla 5.3. Festivales en la ciudad de León.....	28
Tabla 5.4. Principales salas de conciertos de la ciudad de León.....	31
Tabla 5.5. Otras instituciones relacionadas con la música en León.....	32
Tabla 6.1. Timing de actividades <i>LeónFest</i>	41
Tabla 6.2. Cronograma de implementación del proyecto.....	44
Tabla 6.3. Presupuesto aproximado del festival.....	45

RESUMEN:

Los festivales de música son uno de los mayores atractivos turísticos de nuestro país, cada año crece la oferta de festivales y pueden llegar a generar grandes impactos económicos dentro de los territorios donde se desarrollan. La música en directo es la industria cultural más demandada y cada año atrae a más turistas extranjeros a España.

En el presente Trabajo de Fin de Grado se pretende dar a conocer la importancia y el valor cultural que tiene la música en directo, concretamente de la música procedente de las bandas locales de géneros alternativos de la ciudad y provincia de León. *Leónfest* es un diseño de festival de música en directo cuyos fines son promover la música local y establecerse como un evento cultural anual y de interés turístico para la ciudad.

Palabras clave: turismo cultural, turismo musical, proyecto cultural, gestión cultural, festival de música, música en directo, música alternativa, músicos emergentes, *LeónFest*.

ABSTRACT:

Music festivals are one of the biggest tourist attractions in our country, every year the offer of festivals grows and they can generate great economic impacts within the territories where they take place. Live music is the most popular cultural industry and every year attracts more foreign tourists to Spain.

This Final Degree Project aims to make known the importance and cultural value of live music, specifically the music from local bands of alternative genres in the city and province of León. *Leónfest* is a live music festival design whose purposes are to promote local music and establish itself as an annual cultural event and of tourist interest for the city.

Key words: cultural tourism, music tourism, cultural project, cultural management, music festival, live music, alternative music, emerging musicians, *LeónFest*.

1. INTRODUCCIÓN

La primera definición de “turismo cultural” data de 1976, en el Seminario Internacional de Turismo y Humanismo, que fue organizado en Bruselas (Bélgica). Los participantes de dicho seminario elaboraron la carta del Turismo Cultural, la cual establece que “Esta forma de turismo que tiene por objetivo, el descubrimiento de los monumentos y locales de interés ejerce sobre ellos un efecto muy positivo gracias a la contribución para su preservación y protección” (Consejo Internacional de Monumentos y Sitios, 1976, p.1).

Esta modalidad de turismo, alcanzó su propia identidad hace pocos años, es más, su concepto ha experimentado sucesivos avances debido a los cambios conceptuales que se han desarrollado en el ámbito de la cultura, en ello, también han incidido los cambios en la demanda, ya que el consumidor busca nuevas formas de consumo cultural, lo cual aporta también nuevas formas de turismo, lo que conlleva la aparición de nuevas alternativas al conocido y tradicional turismo de sol y playa en España.

Es por ello, que con los años se ha dejado de lado la influencia del concepto del patrimonio cultural que no contemplaba al patrimonio inmaterial ni las manifestaciones de la cultura popular como elementos del patrimonio ni del turismo cultural y se han alcanzado nuevas interpretaciones, con esto, surge la definición de turismo cultural como el desplazamiento de personas desde sus lugares habituales de residencia hasta los lugares de interés cultural con la intención de recoger información y experiencias nuevas que satisfagan sus necesidades culturales (Richards, 2001).

¿Qué entendemos por Turismo musical? El concepto de turismo musical es un fenómeno reciente, al igual que el propio turismo cultural. Es por ello que ciertos autores como Marta Martos Molina lo introducen dentro del concepto del turismo de eventos culturales, “consiste en desplazarse y pernoctar en otro lugar con motivo de celebración de un evento cultural. El evento puede ser una fiesta tradicional, un evento religioso o incluso un macro evento, como una cumbre o un festival de cine” (Martos Molina, 2016, p. 23).

No obstante, existen autores como Bret Campbell que sí hablan de turismo musical como tal y lo definen como: “Turismo musical es aquel que implica a personas que viajan a lugares en los que no residen, ya sea para disfrutar de música en vivo o para vivir

experiencias relacionadas con la historia de creación o representación de música” (Campbell, 2011, p. 7).

Este tipo de turismo puede desarrollarse entorno a conciertos, festivales, museos, casas de músicos, así como lugares relacionados con los artistas o las letras de sus canciones.

En la elaboración de este trabajo, se busca diseñar y llevar a cabo un proyecto cultural basado en el turismo musical, concretamente en la elaboración de un festival de música en la ciudad de León, lo cual lleva a la siguiente pregunta, **¿Qué es un festival de música?**, un festival de música es un tipo de festival o evento social y cultural que trata de aglutinar una gran cantidad de conciertos de música durante varios días y generalmente del mismo género musical, de este modo los asistentes podrán pasar varios días disfrutando de la música en directo.

Antes de profundizar en la justificación, interés del proyecto y en su importancia, cabe mencionar y definir de qué trata un proyecto cultural, cual es la materia que lo estudia y quién es el profesional que aborda este tipo de proyectos.

Para conocer lo que es la gestión cultural, cabe nombrar a María de los Ángeles Querol, cuya definición es una de las más generalizadas dentro del sector. En su manual la define como “el conjunto de actividades, en su mayoría realizadas por distintas administraciones públicas, destinadas a la protección y difusión de los bienes culturales” (Querol, 2010, p.57).

Conociendo esto, hablar de gestor cultural es hacer referencia al profesional encargado de llevar a cabo la gestión cultural, debe conocer y obtener los recursos necesarios, distribuirlos convenientemente dependiendo de los tiempos pactados y de las necesidades del proyecto, teniendo siempre como referente los objetivos marcados.

Finalmente, un proyecto cultural es una secuencia ordenada de decisiones sobre tareas y recursos, encaminadas a lograr unos objetivos en un determinado contexto y condiciones. Dicho de una manera terminológica “es la unidad mínima de actuación con sentido global en sí misma. Se concreta en objetivos y actividades o acciones que sólo tienen razón de ser en cuanto forman parte del proyecto” (Roselló, 2017, p. 28).

Una vez establecido el contexto y la relación entre música, cultura y turismo, cabe plantear la justificación y el porqué de la elección de llevar a cabo un proyecto cultural como *LeónFest*.

“Los festivales musicales se han convertido en un potente factor de atracción turística. Concentran visitantes de todo el mundo y tienen un fuerte impacto económico en el destino, así como en el posicionamiento de la marca turística. Por esta razón, cada año es mayor el número de lugares que se suma a esta tendencia” (Porras Núñez, 2019).

En la ciudad de León existe un gran interés por los géneros musicales *underground*, géneros alternativos que siguen manteniendo esa etiqueta y que cada vez se mantienen más alejados de lo *mainstream* o de la música comercial más demandada hoy en día. Existen diversos locales en los que se organizan este tipo de conciertos, *jam sessions* o que directamente utilizan esta música para ambientar sus negocios y el desarrollo social en los mismos, pero no existe un festival en la ciudad que reúna estas condiciones ni que dé la oportunidad al consumidor de vivir una experiencia semejante al aire libre en León.

A pesar de no ser la música más consumida por las nuevas generaciones, unos de los festivales más visitados y en los que existe una mayor acogida por parte del público, siguen siendo los festivales de música *rock, indie, metal, punk, pop-rock*, etc. Géneros que hoy en día están a la sombra comercial de nuevos estilos, pero que siguen manteniendo su esencia característica que los define como cultura. Es por ello que cada año, los festivales atraen a miles de personas, dando la oportunidad de conocer, no solo la experiencia musical, sino de visitar y empaparse de la cultura y patrimonio de las diferentes ciudades y pueblos en los que se llevan a cabo.

El diseño de proyecto cultural que se pretende llevar a cabo en este trabajo, es la elaboración de un festival de música alternativa en la ciudad de León, el cual no es solo una oportunidad económica y de puesta en valor de cultura, música y de nuevas bandas, es también una oportunidad de gran potencial para el desarrollo turístico de la ciudad y del turismo musical y de festivales. No solo busca la asistencia ni el consumo local, sino que es capaz de atraer a un gran número de visitantes y de fomentar el consumo de otras actividades turísticas en la ciudad de León y su entorno próximo. Todo esto no sería posible sin la diversidad y riqueza en patrimonio histórico, cultural y natural que existe en la ciudad y en sus alrededores.

2. OBJETIVOS

El objetivo principal del presente trabajo consiste en:

Elaborar y definir un diseño de proyecto cultural centrado en los espectáculos musicales, concretamente un festival de música del panorama musical alternativo con el título *LeónFest*, que sirva como captación turística y de actividad económica para la ciudad de León, así como de vivificante para la escena cultural y musical del territorio.

Otros de los objetivos que se desarrollarán a lo largo del trabajo son los siguientes:

Objetivos generales:

- Promover la cultura musical en la ciudad de León a través de la elaboración de un festival de música.
- Dar a conocer nuevos artistas y bandas de música de León mediante la oportunidad de interpretar sus obras durante el desarrollo del festival.
- Atraer a nuevos turistas a la ciudad de León mediante la elaboración del festival *LeónFest*.

Objetivos específicos:

- Lograr mostrar la importancia del turismo musical y los festivales, así como el impacto que tienen en la economía y la sociedad española a través de la búsqueda de datos.
- Definir y poner en contexto los distintos y más importantes festivales y eventos musicales desarrollados en la provincia de León por medio de la obtención de información.
- Llevar a cabo el diseño de *LeónFest* como marca de proyecto cultural y turístico y del plan de promoción y difusión del festival mediante la elaboración de este trabajo de fin de grado.

3. METODOLOGÍA

El trabajo se ha desarrollado a través de una previa búsqueda y recopilación de material bibliográfico basado en obras y manuales relacionados con los temas de estudio, la gestión cultural y el desarrollo de proyectos culturales, tales como las obras *Diseño y evaluación de proyectos culturales* (Roselló, 2017), *Gestión de proyectos culturales* (Bonet et al., 2006) y *Herramientas para la gestión turística del patrimonio cultural* (Martos Molina, 2016), también se han utilizado otro tipo de fuentes de información secundarias como artículos, noticias, blogs musicales, publicaciones de periodistas musicales, material académico, informes sobre la industria cultural, etc.

Para la búsqueda y recopilación de datos relacionados con distintas instituciones y eventos musicales de la ciudad de León se ha realizado un trabajo de campo basado en la comunicación y trato de información con diferentes entidades, tanto públicas como privadas, como pueden ser la concejalía de Juventud, la concejalía de acción y promoción cultural del ayuntamiento de León o la conocida sala de conciertos Black Bourbon. Para conocer y obtener información de otros eventos de la comunidad autónoma se han consultado diversas noticias de medios locales y regionales, así como las páginas oficiales de cada festival.

Para el cálculo presupuestario se ha llevado a cabo un contacto directo con representantes y con miembros de los grupos planteados dentro del diseño del festival, así como del apartado gráfico (cartelería, promoción en redes, etc.) con el fin de ajustar lo máximo posible el caché de cada banda dentro del presupuesto contemplado en el proyecto.

Cabe destacar que la idea de proyecto nace de un interés personal por los festivales, en general, y por los géneros musicales alternativos, en particular, tanto desde la perspectiva de consumidor como desde la de artista. Como estudiante de turismo, creo que son dos mundos que hoy en día se complementan muy bien y que podrían darme la oportunidad de contemplar un futuro laboral dentro de ambos sectores.

Por último, se ha realizado un Diagrama de Gantt el cual muestra de manera gráfica el procedimiento recogido en el tiempo de la elaboración del presente trabajo.

Cuadro 3.1. Diagrama de Gantt del proceso de elaboración del presente trabajo.

		TIEMPO									
		2020			2021						
DIAGRAMA DE GANTT		Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Actividades											
Elección del tutor e idea principal											
Primer contacto con el tutor											
Tutoría 1											
Idea del diseño del proyecto <i>LeónFest</i>											
Realización del esbozo del proyecto											
Parón por exámenes del primer cuatrimestre											
Tutoría 2 concreción del índice de trabajo											
Recopilación de información											
Trabajo de campo											
Cambio de tutor, nueva supervisión											
Visto bueno del tutor al TFG											
Comunicación con los tutores		Tutorías mediante métodos telemáticos									

Fuente: Elaboración propia.

4. BASES CONTEXTUALES DEL TURISMO MUSICAL Y DE LOS FESTIVALES DE MÚSICA

Para poder valorar la importancia que tiene la música para el turismo en España, se aportará a continuación diferente información, tanto del pasado como del presente, de cómo surgió este movimiento cultural dentro del turismo, sobre todo de los festivales de música. Es por ello que se debe poner en valor el pasado y la historia de los festivales en el mundo, conocer dónde y cómo surgieron y resaltar los más importantes y revolucionarios de la historia.

“El festival, un evento cultural creado alrededor de una serie de actuaciones musicales, es la forma más extensa de festividad cultural en la cultura musical” (Fabian, 2020, p. 160).

La función festiva está incorporada en el concepto de festival y se deriva históricamente de las celebraciones durante las vacaciones de temporada. Un festival cultural moderno como el festival de música, es un gran evento de temporada con una programación musical que generalmente no se puede encontrar en otros eventos. El programa es específico de esta institución escénica y contribuye a su particular carácter festivo. La concentración de personas y actuaciones en un lugar, una vez al año, crea un sentido de festividad extraordinaria y atrae una mayor atención en la sociedad (Fabian, 2020).

Los primeros festivales de música se remontan al siglo XI, cuando los trovadores franceses participaban en festividades entre gremios. No obstante, unos de los primeros festivales en surgir, son lo de la música contemporánea, el festival de música de este estilo más antiguo es el *Festival de los Tres Coros en Gloucester, Hereford y Worcester*, que se remonta a 1724, seguido de los *Festivales de Handel en la Abadía de Westminster* en 1784 y 1791. Entre los festivales más destacados de la Europa del siglo XIX, hay que citar el festival de música clásica *Richard Wagner's Bayreuther Festspiele*, nacido en 1876 en Bayreuth, Alemania (Frey, 1994).

En el siglo XX, el primer evento musical celebrado en Estados Unidos es el *Georgia Old Time Fiddlers Convention* celebrado en Atlanta en 1914. Otro de los más destacados fue el *Mountain Dance and Folk Festival*, celebrado en Asheville (Carolina) y fundado en el año 1928. En 1954 surgió el primer festival de música jazz celebrado en América, el *Newport Jazz Festival* y en 1959 nació el *Newport Folk Festival*. Ambos eventos se

diferenciaban de los anteriores porque comenzaron a presentar programaciones divididas en bloques de más de un día (Gómez de Castro, 2015).

Después de las dos guerras mundiales, la renta aumentó considerablemente, permitiendo a los habitantes del “primer mundo” gastar más dinero en vacaciones y entretenimiento cultural. En la segunda mitad del siglo XX, el aumento en la demanda de festivales también está condicionado por la reducción de tiempo de trabajo y el aumento del tiempo vacacional, lo cual permite a los potenciales consumidores de festivales viajar y pasar su tiempo de descanso visitando festivales de música. El crecimiento de la renta y de la educación han aumentado la demanda de cultura en todo el mundo, en especial de los festivales ya que la mayoría tienen lugar en la temporada de verano y sirven para satisfacer las necesidades culturales de los turistas. Otra de las razones que impulsan su consumo es que los festivales de música se han beneficiado del hecho de que es menos costoso asistir a un festival en comparación a otras actividades culturales (Frey, 1994). Los argumentos de Frey pueden ser aplicados a festivales de otros géneros musicales como es el *rock*, estilo sobre el que se profundizará en este proyecto.

La razón para asistir a festivales de música no se trata únicamente de la música sino de la experiencia general del festival; La motivación para asistir a festivales es buscar el enriquecimiento cultural, la educación, la novedad y/o la socialización (Mckay & Emma, 2016).

Los años 60 son la fecha a marcar, el cambio, el punto de inflexión en la historia de la música y de los festivales, y esto se debe gracias a que la música tomó un papel de unión para diferentes culturas y para la paz, sirviendo de portavoz de importantes consignas políticas dirigidas a la lucha por la libertad y por los derechos civiles, luchas generadas por el movimiento pacifista nacido a causa de la situación global del planeta, situación bañada en guerras, asesinatos públicos e injusticia social.

Si bien la cultura y consumo de las drogas estaba dando lugar a nuevas formas de experimentar los sonidos y efectos musicales, el contenido lírico de la música popular también adquirió dimensiones cada vez más radicales a medida que avanzaba la década de 1960. Los compositores y letristas vieron como su responsabilidad artística responder directamente a los problemas sociales y políticos actuales que, a mediados de la década de 1960, se estaban volviendo cada vez más turbulentos (Bennett, 2004).

Artistas como *The Beatles*, *The who*, Bob Dylan, Jimi Hendrix o Janis Joplin formaron parte de esta revolución y marcaron el inicio de la nueva generación musical y del nacimiento de los grandes festivales (Moral, 2018).

Es por ello que en 1967 nace el que es considerado el primer gran festival de la historia, tal y como los conocemos ahora, el *Monterrey International Pop Festival*, evento que recogió nombres de bandas y artistas de renombre como los mencionados previamente.

Figura 4.1. Carteles promocionales del festival Monterey, 1967.

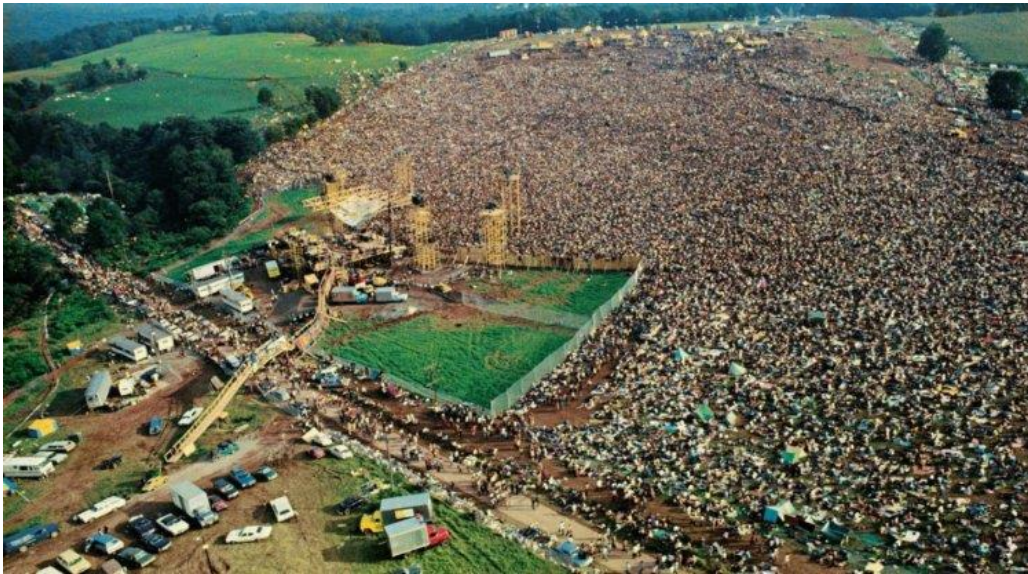


Fuente: Los40.com

Dos años más tarde, en 1969 nació el que pasó a la historia como uno de los mayores y mejores festivales jamás vividos, el *Woodstock Music & Art Fair*, fecha en la que grandes artistas como Jimi Hendrix o Janis Joplin terminaron consagrándose gracias a sus méritos musicales. Con una previsión de 60.000 asistentes, la organización quedó desbordada ya que asistieron más de 400.000 personas procedentes de todo el mundo, hecho que la prensa denominaba como desastroso o caótico.

Gracias a la polémica causada por la “invasión” de público dentro del entorno y la participación de semejantes artistas, hoy en día reconocidos como unos de los mejores, más influyentes e importantes de la historia, *Woodstock* es conocido mundialmente como uno de los mejores festivales y eventos musicales al aire libre de la historia (Sarmiento, 2017).

Figura 4.2. Festival de Woodstock, 1969.



Fuente: Radionica.RTVC.

En 1970 tuvo lugar la tercera edición del festival de la isla de Wight (Inglaterra), para muchos considerado el mejor festival de la historia, superando en número de asistentes al festival de *Woodstock* con un público estimado de 600.000 personas.

Figura 4.3. Festival de la isla de Wight, 1970.



Fuente: Cadenza music blog, 2015.

Debido a la cantidad de altercados provocados por el enorme número de asistentes y las pérdidas generadas por la mala organización del evento, el festival no volvió a tener una edición hasta 32 años más tarde (Ballesta, 2021).

De una manera u otra, los aciertos y errores durante el desarrollo de estos grandes festivales, sirvieron de ejemplo para los grandes festivales de música modernos, de forma que hoy en día el aforo, el desarrollo y el control turístico es mucho más eficiente.

4.1. HISTORIA Y ACTUALIDAD DE LOS FESTIVALES EN ESPAÑA

Hay que esperar al último tercio del siglo XX para que los festivales se asentaran definitivamente en la cultura musical de España. Paralelamente al nacimiento de los grandes festivales en Estados Unidos e Inglaterra, en España, durante los años 50, tuvieron lugar los llamados “festivales de la canción”, certámenes destinados a dar a conocer artistas y autores españoles o hispanoparlantes a través de una competición valorada por un jurado. Estos nacieron asociados al interés que para el régimen franquista tuvo durante estas décadas el fortalecimiento del turismo extranjero, el cual se establecía como motor de crecimiento económico para el país. Desde la perspectiva interna, la organización de estos primeros festivales también promovía el desplazamiento de algunos sectores de la población y, por tanto, la aparición de turistas nacionales. Los más destacados fueron los ya desaparecidos *Festival de Benidorm* y el *Festival de la Canción Mediterránea*. Pero, estos y otros “festivales de canción”, a consecuencia de su falta de innovación, terminaron por desaparecer casi completamente a finales de los años setenta. El *Festival de Benidorm* tuvo ni más ni menos que 39 ediciones durante las cuales grandes artistas como Raphael, Julio Iglesias o Joaquín Sabina lograron consagrarse y alcanzar la fama y reconocimiento del que hoy en día aún disfrutan (García, 2017a).

Figura 4.4. Cartelería del 1º festival de la canción de Benidorm, 1959.



Fuente: Lafonoteca.net

También en los años setenta comenzaban los festivales al aire libre. Fue en 1971 cuando se celebró el primer festival considerado como tal en España, concretamente en Granollers, bajo el nombre de *Festival Internacional de Rock Progresivo*. En él participaron más de veinticinco grupos durante una jornada de veinte horas ininterrumpidas de música en directo. Todas las bandas eran nacionales salvo el cabeza de cartel, que recayó en la, por entonces muy conocida, banda británica *The Family*. Fue un evento totalmente novedoso en nuestro país, y a pesar de la crítica de los medios de comunicación conservadores —los cuales tacharon el festival como “invasión hippie” debido a la influencia directa del *Festival de la Isla de Whigt* en Reino Unido o del Festival *Woodstock* en Estados Unidos—, el buen clima fomentó que se siguieran realizando con regularidad este tipo de acontecimientos (García, 2017b).

Figura 4.5. Imágenes de prensa sobre el *Festival Internacional de Rock Progresivo Granollers*, 1971.



Fuente: Gerónimo, La Web Sense Nom. “*Festival de Granollers 1971*”, 2008.

Ya en 1975, tras el triunfo de la democracia en España, comenzó la era de los grandes festivales, las dificultades para ofrecer música en vivo desaparecieron, lo que ayudó a diversificar la oferta y mejorar en la organización de este tipo de eventos.

En 1978 surgió el *Festival de Ortigueira*, festival de música folk y dedicado a la cultura celta. Nació de manos de la escuela de gaitas de la localidad y es conocido por ser el primer gran festival de música libre de España, sirviendo como referente para los próximos eventos culturales que tendrían lugar en el país. Actualmente, con más de cuarenta años de historia, el festival alcanzó interés internacional y atrae a más de 100.000 asistentes en sus últimas ediciones (Festival de Ortigueira, 2020).

El *Iberpop 84*, con la etiqueta de 'Primera muestra de nuevos panoramas', pretendía ser un festival dedicado a las principales figuras del *pop* y el *rock* español, no solo contaba con artistas reconocidos como *Nacha Pop* y *Alaska*, sino también con un programa de actividades y conferencias que hacían partícipes a los medios de comunicación, lo cual favorecía la difusión del evento.

Figura 4.6. Cartel de la primera edición de Iberpop, 1984.



Fuente: Jesús Rocandio, nuevecuatrouno.

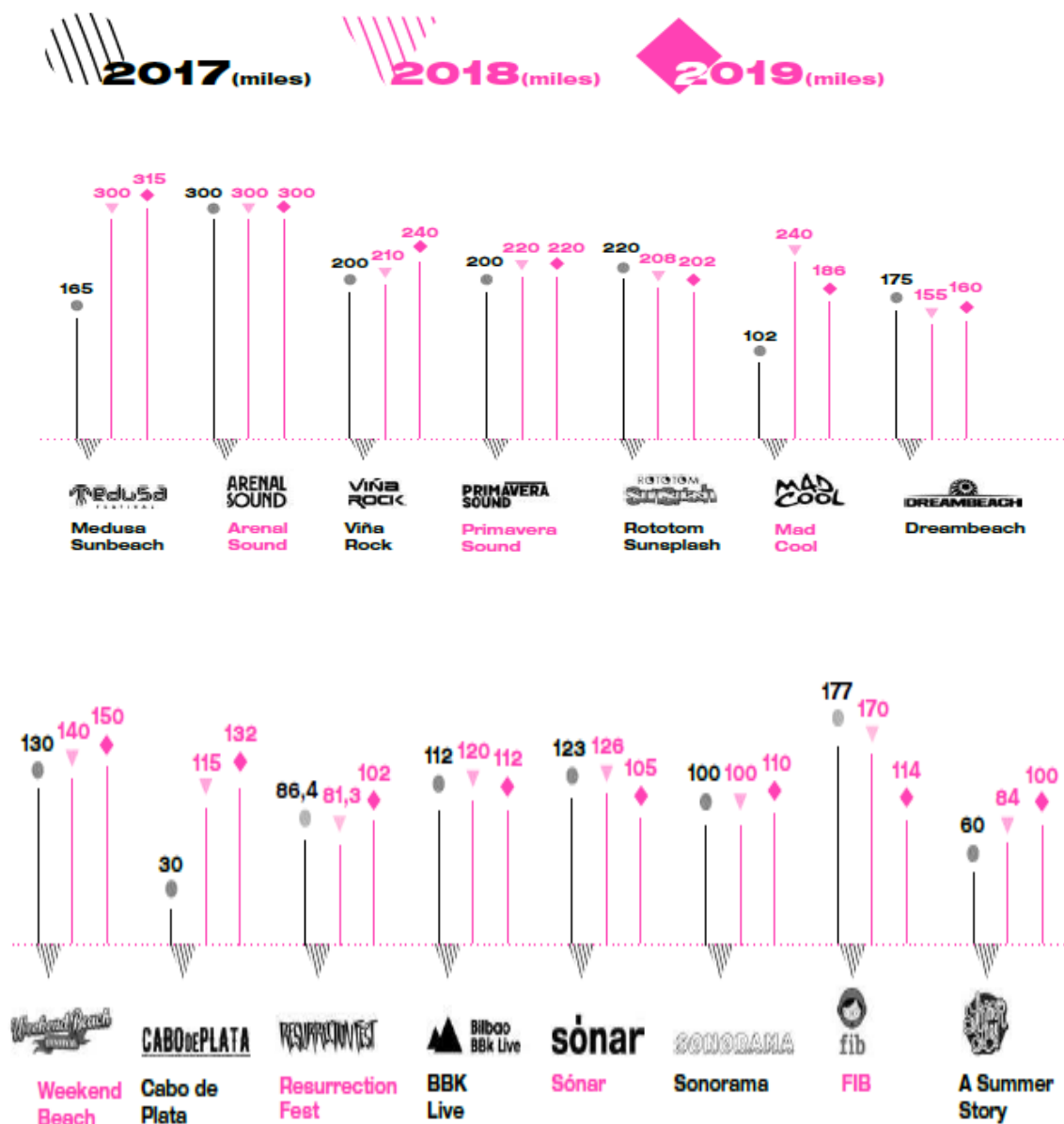
El *Espárrago Rock* en 1989 es considerado el primer festival masivo de España que terminó convirtiéndose en un festival de dimensión internacional, a la altura de grandes festivales de Europa. A partir de este momento otros festivales empezaron a asomar por toda la Península, como por ejemplo el *Sónar* y *FIB* de los años noventa, que marcaron un antes y un después en la historia de festivales en España y que siguen manteniendo su popularidad (Ledculture, s.f).

Hoy en día, España es uno de los países europeos que ofrecen un mayor número de eventos de música en vivo, sobre todo en géneros como la música *indie*, *rock*, *folk* o *pop*, captando estos, a un número importante de turistas tanto nacionales como internacionales en los diferentes destinos donde se desarrollan dichos eventos culturales.

A lo largo de los últimos cinco años, nuestro país ha pasado de estar en el quinto puesto en cuanto a destino de viajes para festivales, a encabezar la lista, esto se debe

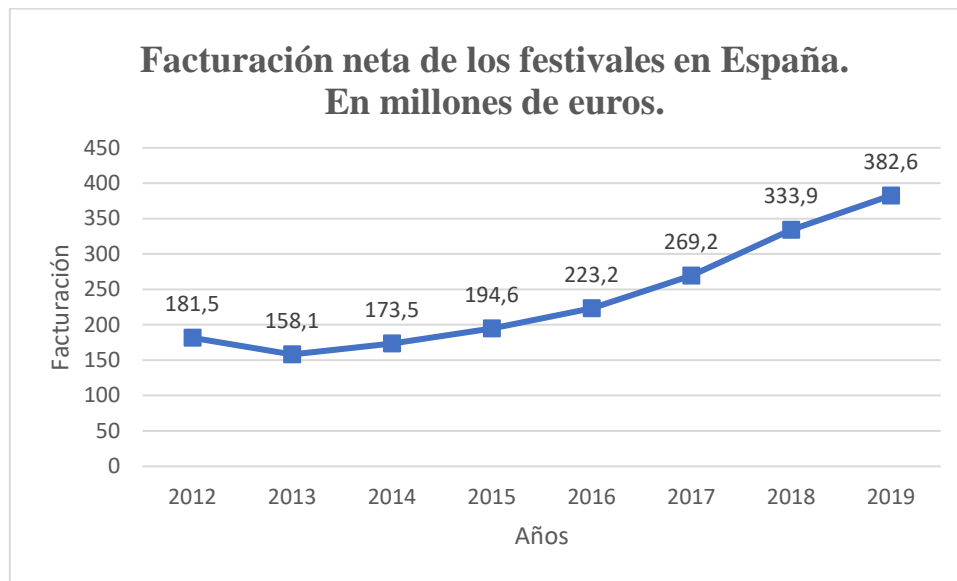
principalmente a grandes festivales como el *Viña Rock*, el *Arenal Sound*, el *Medusa*, el *Primavera Sound*, o el *Resurrection Fest* cuyos asistentes crecen cada año, llegando algunos a alcanzar cifras entre los 200.000 y los 300.000 asistentes (Gráfico 4.1). Al igual que los asistentes, los ingresos crecen anualmente (Gráfico 4.2), y es por ello que, según la Asociación de promotores musicales (APM), en el año 2019 se generaron un total de 382 millones de euros gracias a la música en vivo en España, un 14,6% más que en el año anterior (APM, 2020).

Gráfico 4.1. Número de asistentes a festivales en los años 2017, 2018 y 2019.



Fuente: Informe *Oh, Holy Festivals!* 2020.

Gráfico 4.2. Facturación neta de la música en vivo en España durante los últimos años.



Fuente: Elaboración propia a través de datos obtenidos por el informe APM 2020.

El impacto económico va más allá del generado únicamente por las entidades y organizaciones que llevan a cabo los festivales y conciertos, otros sectores como los comercios, la hostelería o negocios minoristas de la zona se ven altamente beneficiados de estos eventos y aumentan considerablemente sus ingresos cuando un festival tiene lugar en su entorno o en el propio municipio.

El impacto económico de los festivales se plantea en tres dimensiones (Seaman, 2003):

- Efectos directos: Gastos generales de la organización, salarios, artistas u alquileres.
- Efectos indirectos: Todos los gastos realizados por los visitantes (Alojamiento, entradas, transporte, consumo y alimentación).
- Efectos inducidos: Los efectos que a causa del festival afectan a otras actividades tanto económicas como sociales.

Además, según Natividad Buceta (2019), cada festival genera una media de 130 empleos directos y 230 indirectos, alcanzando la contratación global de 300.000 trabajadores, consolidando al sector de los festivales de música como líderes de las industrias culturales en España. Buceta plantea que el gasto medio de un consumidor de festivales es de 500 euros considerando entradas, alimentación, consumo, transporte y alojamiento.

A continuación se muestran los veinticinco festivales con mayor captación de asistentes y su impacto económico en los diferentes territorios de España donde se llevaron a cabo durante el año 2019 (Tabla 4.1), en ellos cabe destacar eventos como el *Viña Rock*, *Resurrection fest*, *Download Festival* o el *Leyendas del rock*, festivales de géneros rock y música alternativa muy influyentes para el desarrollo y diseño de *LeónFest* (Anexo 1), que demuestran que siguen siendo unos de los más aclamados y que a su vez sostienen una gran captación de turistas tanto nacionales como internacionales.

Tabla 4.1. Festivales con mayor número de asistentes y su impacto económico en el año 2019.

Festival	Comunidad	Total Asistentes	Conciertos	Ciudad	Duración (días)	Impacto económico (Mill €)
Medusa Sunbeach Festival	C. Valenciana	315.000	167	Cullera	6	25 €
Arenal Sound	C. Valenciana	300.000	73	Burriana	6	40 €
Viña Rock	Castilla-La Mancha	240.000	110	Villarobledo	3	22 €
Primavera Sound	Cataluña	220.000	288	Bacarlona	6	120 €
Rototom Sunsplash	C. Valenciana	202.000	120	Benicàssim	7	20 €
Mad Cool Festival	Madrid	186.000	112	Madrid	3	64 €
Dreambeach Festival	Andalucía	160.000	95	Cuevas del Almanzora	5	15 €
Weekend Beach festival	Andalucía	150.000	86	Torre del Mar	4	6 €
Cabo de Plata	Andalucía	132.000	60	Barbate	4	10 €
FIB	C. Valenciana	114.000	88	Benicàssim	4	12 €
BBK Live	País Vasco	112.800	95	Bilbao	3	24 €
Sonorama Ribera	Castilla y León	110.000	160	Aranda de Duero	5	18 €
Sónar	Cataluña	105.000	131	Barcelona	3	120 €
Resurrection Fest	Galicia	102.053	96	Viveiro	4	9 €
A Summer Story	Madrid	100.000	55	Arganda del Rey	2	x
O Son do Camiño	Galicia	96.793	38	Santiago de Compostela	3	14 €

Warm up	R. de Murcia	80.000	66	Murcia	6	4 €
Low Festival	C. Valenciana	75.000	74	Benidorm	3	15 €
Cruïlla	Cataluña	78.000	33	Barcelona	4	x
Los Álamos Beach Fest	Andalucía	70.000	50	Estepona	5	x
Download Festival	Madrid	70.000	55	Madrid	3	x
Madrid Salvaje	Madrid	60.000	39	Madrid	2	x
Rabo de Lagartija	C. Valenciana	60.000	57	Villena	3	5 €
Leyendas del Rock	C. Valenciana	54.000	62	Villena	4	
Granada Sound	Andalucía	50.000	42	Granada	2	12 €

Fuente: Elaboración propia a raíz de datos obtenidos de APM, OBS y de diversos medios de comunicación.

Con carácter general, conviene recordar que el sector musical tiene un impacto económico de más de 5.000 millones de euros en España, la mitad del cual se debe a la música en directo. Sólo los diez festivales más grandes atraen a 1,6 millones de personas y generan 400 millones de euros (Medina, 2020).

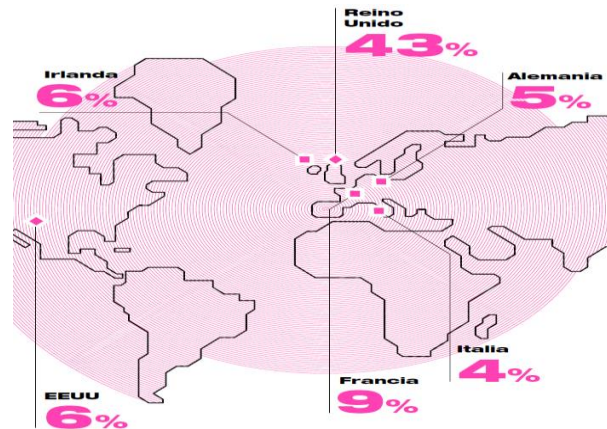
Los festivales también aportan recursos para organizaciones benéficas o sin ánimo de lucro externas, ya sea directa o indirectamente a través de campañas de concientización, oportunidades comerciales y de recaudación de fondos (Mckay & Emma, 2016).

En cuanto a su estudio temporal, en España los festivales acostumbran a celebrarse durante los meses estivales de verano: más concretamente entre los meses de junio y agosto, aunque el número de eventos llevados a cabo en mayo y septiembre han aumentado durante los últimos años. Por lo tanto, se caracterizan por su estacionalidad, asociados al buen tiempo y acostumbran a buscar que las condiciones climatológicas sean las más adecuadas para dar lugar a tales eventos masivos al aire libre. No obstante, el desarrollo y planificación, por parte del equipo de organización, suele cubrir el resto del año, entre edición y edición, ya que hay que realizar infinidad de gestiones: contactos, logística, plantear nuevos retos, obstáculos e innovación.

Según el informe presentado por *Oh, Holy Festivals!* (2020), el impacto económico de los festivales en España se ve incrementado por el turismo de festivales, que ha aumentado en un 70% durante los últimos años, lo que provoca que cada vez haya más

presencia de turistas musicales extranjeros dentro de los festivales españoles. Destaca Reino Unido con un 43% de los turistas internacionales (Figura 4,1).

Figura 4.7. Mapa porcentual de turistas musicales internacionales que visitan España.



Fuente: Informe *Oh, Holy Festivals!*, 2020.

En último lugar, en relación a su distribución geográfica, hay que subrayar que, a la par que aumentaron los festivales llevados a cabo en España durante el año 2019, con un total de 896 eventos (Gráfico 4.3), Cataluña se pone en cabeza como la comunidad que acoge a un mayor número. En el ranquin por territorios, está seguida por Andalucía y Madrid. Por otro lado, comunidades como la Rioja, Murcia o Navarra organizan menos de 20 festivales dentro de su territorio.

Gráfico 4.3. Distribución de los festivales por comunidad autónoma.



Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos del informe *Oh, holy festivals!*, 2020.

Como resumen, durante los últimos años, la industria cultural y económica de los festivales está creciendo notoriamente, llegando a mover a más de 2.500.000 personas cada temporada y captando cada vez a más turistas extranjeros. Es una actividad generadora de empleo, riqueza local y de potenciación turística, ayuda al desarrollo urbano e impulsa el atractivo de las ciudades (Marzo, 2019).

Actualmente, a causa de la crisis sanitaria dada en el año 2020 por razón del coronavirus, el sector de los festivales de música, al igual que el turismo, se ha visto gravemente afectado debido a la cancelación de los eventos, siendo en algunos casos aplazados hasta el año 2022 y en otros muchos cancelados indefinidamente. Según el informe de ES_Música, federación nacional que engloba a grandes agentes y asociaciones de la industria musical española, desde el comienzo de la pandemia en marzo de 2020 a febrero del 2021, el coronavirus ha generado pérdidas en el sector de hasta 1.265 millones de euros, cifra que asciende a 7.000 millones si hablamos del impacto indirecto sobre la economía del país. A causa de la pandemia, en 2020 la música en vivo facturó 138 millones de euros, un 63,78% menos que en el año anterior (APM, 2020).

Los festivales culturales son determinantes para las poblaciones donde se llevan a cabo, ayudan con la regeneración y la promoción urbana y son una importante fuente de riqueza y empleo. Las cancelaciones a causa de la pandemia suponen un gran golpe para las economías locales, así como para las aspiraciones de los artistas, de los promotores musicales y de las industrias culturales.

Debido a la imposibilidad de llevar a cabo un festival en las condiciones que caracterizan a este tipo de eventos, el diseño de este proyecto está planteado para una situación postpandemia en la que sea seguro llevar a cabo el evento con normalidad y en la que no se exponga la salud de los consumidores ni de los artistas. Según el informe de Es_Música, no será hasta finales del 2022, dependiendo de las medidas de apoyo que ofrezca el gobierno al sector, que el sector de la música en vivo se pueda recuperar y que se pueda consolidar a lo largo de 2023.

5. BASES CONTEXTUALES DEL PROYECTO

El contexto lo definimos a partir de aquellos elementos que debemos conocer antes de intervenir, que no podemos modificar inicialmente y que condiciona todo nuestro proyecto. Por lo tanto, debemos saber aprovechar las oportunidades que ofrece el

contexto, así como saber solventar las amenazas que se puedan presentar (Roselló, 2017). El contexto general se define a partir de los siguientes apartados:

5.1. FINALIDAD

La finalidad del proyecto es potenciar la actividad turística de la ciudad de León a través del turismo de festivales y en dar a conocer la cultura musical alternativa y *underground* de la ciudad, de la provincia y de la comunidad a todo aquel interesado, o no, en la música y en la diversidad de géneros derivados del *rock*, todo ello bajo el nombre de *LeónFest*.

Como primera edición de un festival, uno de los objetivos es atraer al público cercano, principalmente de Castilla y León y comunidades vecinas, ya que para consolidar nuevas ediciones y destacar como posible y reconocida marca de festival, uno de los requisitos fundamentales es tener una gran acogida y aceptación principalmente dentro y cerca del territorio donde se realiza el evento.

Para alcanzar el objetivo anterior y dar visibilidad al proyecto, se hará hincapié en la publicidad local y regional, el uso de redes sociales y de la propia web del festival donde se podrá ver el *merchandising* y la información sobre actividades y conciertos. También se llevará a cabo un diseño atractivo de la imagen de marca de *LeónFest*, con el objetivo de lograr diferenciación y llegar más fácilmente al público. Todos estos términos se detallarán en el apartado (7. MARCA, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN).

Los grupos seleccionados como ejemplo y utilizados dentro del diseño del cartel, así como dentro del presupuesto del festival, son más del 50% leoneses y están dentro de los géneros que gustan a los festivaleros que buscan una experiencia alternativa a la música popular de hoy en día.

Más allá de la actividad principal del festival, los conciertos, se han desarrollado actividades didácticas para ciertos sectores del público y se plantean alternativas en caso de que exista algún inconveniente o contratiempo que altere el transcurso normal del evento y sus actividades.

5.2. DINÁMICA TERRITORIAL

Todo proyecto se desarrolla en un territorio concreto. Es de vital importancia conocer la realidad y el contexto territorial ya que nos permite realizar propuestas e ideas muy bien dirigidas desde un principio (Roselló, 2017).

El proyecto será llevado a cabo en la ciudad de León, situada en la comunidad autónoma de Castilla y León. Es una ciudad ubicada al noroeste de España que se sitúa junto al río Bernesga. León cuenta con alrededor 124.028 habitantes que se reparten en una superficie de 39,03 km², y un área metropolitana con 203.191 habitantes, según el mapa de áreas funcionales aportado por la Junta de Castilla y León, que se encuentran distribuidos en quince municipios. En cuanto a la provincia, consta de un total de 456.439 habitantes en total.

Figura 5.1. Datos de población de la provincia y municipio de León, 2020.

Tabla		Gráfico	Mapa	Tabla		Mapa	
			Total				Total
			2020				2020
24	León		456.439 ⁸³	24089	León		124.028 ⁸³

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE).

La provincia se ve afectada cada año por la despoblación que sufren tanto la capital como los pueblos, razón por la que dar importancia a la realización de ciertos eventos culturales como *LeónFest* ya que pueden revitalizar la zona, ofrecer nuevos puestos de trabajo y dar oportunidad laboral a empresas y negocios locales.

La ciudad de León dispone de todos los servicios básicos que debe disponer una ciudad para cubrir las necesidades de los ciudadanos, como pueden ser la asistencia sanitaria, los centros educativos, las redes de transporte público, un gran número de restaurantes y bares, locales de ocio y entretenimiento, la recogida pública de residuos y el mantenimiento de las zonas verdes y urbanas.

No obstante, en cuanto a servicios relacionados con el turismo y los visitantes, la ciudad muestra algunas carencias que deben ser solventadas. La escasez de señalización y de paneles informativos para los diversos lugares y elementos de interés turístico que hay en la ciudad es uno de los problemas principales que deben tratarse, por otro lado, la ausencia de baños públicos, que hoy en día es un servicio que está muy normalizado en las ciudades turísticas, es algo que debería cambiar para así poder ofrecer un servicio básico a los visitantes.

Un lugar como León, que recibe a más de 50.000 peregrinos en la provincia cada año gracias a que está situada en el transcurso del Camino de Santiago (González, 2020), no

debería tener estas carencias y más teniendo en cuenta que este tipo de visitantes de paso necesitan servicios como los nombrados previamente.

Actualmente en León, a causa de la situación generada por la pandemia mundial, los contextos sociales, culturales y económicos se ven fuertemente afectados, existiendo diversas restricciones y controles que afectan al desarrollo de la ciudad. Sectores como el de eventos y festivales se ven condicionados por estas medidas, es por ello que un proyecto como *LeónFest* no tendría razón de llevarse a cabo en la situación actual, ya que no cumpliría con los objetivos marcados y perdería la esencia característica de un festival de música alternativa, lo mismo ocurre con los festivales referentes que han pospuesto sus ediciones al año 2022 con la esperanza de poder desarrollarse en una situación normal.

5.3 DINÁMICA SECTORIAL

Se entiende por dinámica sectorial “el análisis de los factores inherentes al sector cultural concreto en el que se enmarca el proyecto y que pueden influir en su definición” (Roselló, 2017, p.78).

Pero antes debemos describir, de una manera general, la estructura económica de la ciudad de León, cuna del *LeónFest*.

El sector primario en la capital leonesa se encuentra en vías de desaparición debido a la presión urbanizadora que ejerce la ciudad sobre los terrenos agrícolas. No obstante, aún quedan remanentes de este sector en las vegas de los ríos Torío y Bernesga, gracias a la ganadería en pastos próximos a la ciudad y a pequeñas plantaciones de cereales. En cuanto al sector secundario, se caracterizaba como débil y ausente de grandes empresas que generasen un importante entramado empresarial, no obstante, durante los últimos años ha experimentado un gran crecimiento que destaca gracias al aumento de pequeñas y medianas empresas (PYMES). Finalmente, la estructura económica de la ciudad gira entorno al sector terciario o sector servicios, León es el centro comercial de la provincia que cuenta con un comercio tradicional y con el asentamiento de grandes cadenas comerciales como son Carrefour, Mercadona, El Corte Inglés, Inditex y sus marcas principales, etc., así como de centros comerciales, como Espacio León y León Plaza. Dentro del sector es fundamental destacar el papel del turismo en la ciudad ya que ha ido creciendo durante los últimos años y aporta grandes beneficios económicos, llegando a registrar en el año 2019 a más de 1,24 millones de turistas y visitantes (ICAL, 2019).

El sector principal donde contextualizar el *LeónFest* es lógicamente, el sector servicios, y, más concretamente, el subsector del turismo cultural, dentro del cual se puede profundizar más y determinar de una forma mucho más concreta que el proyecto se sitúa dentro del subsector del turismo musical y de festivales.

Tanto en la provincia como en la capital, existen varios festivales de música, salas de conciertos e instituciones que marcan la cultura musical leonesa y que son impulsores del turismo musical del territorio. Se tratarán en el siguiente apartado del proyecto aportando información y datos relevantes de cada elemento.

5.4 ANTECEDENTES Y ACTUALIDAD DE LA CULTURA MUSICAL Y FESTIVALES DE LEÓN

En este apartado se tratarán los principales antecedentes de otros proyectos similares a *LeónFest* que se lleven a cabo en toda la comunidad autónoma de Castilla y León, con el objetivo de contextualizar la situación de la música en vivo de la comunidad, independientemente del estilo de festival o género musical, y de conocer todos los eventos que puedan ser útiles, de los que se pueda aprender o que sean referentes para el desarrollo de este proyecto. Se hará mayor hincapié en los eventos que se llevan a cabo en la provincia de León y en la capital homónima.

Por otro lado, también se tratará la actualidad general sobre cultura musical de la ciudad de León, identificando las diferentes instituciones y lugares más importantes relacionados con la música en vivo, tanto públicos como privados.

Visto previamente (tabla 4.3), en Castilla y León se llevaron a cabo en 2019 un total de 66 festivales de música, ocupando el 5º puesto, con solo tres eventos por encima del País Vasco, de comunidades con un mayor número de festivales, lo que demuestra que en la comunidad existe una considerable celebración de eventos, de interés y de cultura musical.

Como respuesta a la difícil situación que están viviendo los eventos culturales de la comunidad, algunos de los festivales recogidos en la siguiente tabla (tabla 5.1), han creado la Asociación de Festivales Musicales de la Comunidad de Castilla y León (FMCyL). El objetivo de la unión es poner en valor la música en vivo y su valor turístico, ayudarse entre los festivales a través de un canal único de diálogo con instituciones públicas, defender sus ideas e intereses, así como ayudar a promocionar bandas y artistas

emergentes. En definitiva, se trata de una iniciativa de reivindicación de la música como evento cultural que genera gran riqueza, tanto económica como social y que sirve para intercambiar experiencias con otros festivales (Agencia EFE, 2021).

A continuación, se recogerán los festivales de música más importantes (Tabla 5.1) y relevantes de otras provincias de la comunidad de Castilla y León y se tratarán los que considero más influyentes para el desarrollo del proyecto *LeónFest*.

Tabla 5.1. Festivales de Castilla y León en otras provincias.

Nombre	Localización	Provincia	Estilo	1º Edición	Última edición	Asistentes
Sonorama Ribera	Aranda de Duero	Burgos	Indie	2008	2019	110.000
Abulensis	Ávila	Ávila	Renacentista	2012	2019	-
FACYL	Salamanca	Salamanca	Multidisciplinar	2005	2020 (Online)	120.000
Ebrovisión	Miranda de Ebro	Burgos	Indie	2001	2019	20.000
FOMS	Soria	Soria	Orquesta	1993	2019	10.000
Blues Béjar festival	Béjar	Salamanca	Blues	1999	2020 (Adaptada)	> 5.000 (2019)
Palencia Sonora	Palencia	Palencia	Indie	2004	2019	13.000
Festival Jazz Palencia	Palencia	Palencia	Jazz	2014	2019	-
Demandafolk	Tolbaños de arriba	Burgos	Folk y Tradicional	2007	2019	6.000
Enclave de Agua	Soria	Soria	Afroamericana	2008	2019	40.000
Fogo Rock	Ayllón	Segovia	Rock	2018	2019	6.500
Intro Music festival	Valladolid	Valladolid	Indie	2012	2019	> 7.000
Festival Tribu	Burgos	Burgos	Urbano-Indie	2013	2019	35.000

Músicos en la naturaleza	Hoyos del Espino	Ávila	Folk-Rock	2006	2019	12.500
--------------------------	------------------	-------	-----------	------	------	--------

Fuente: Elaboración propia.

Festival Sonorama Ribera

Festival de música nacido en 1998 en Aranda de Duero. Hoy en día es el más conocido y más grande de la comunidad autónoma y ha llegado en su última edición de 2019 a recoger más de 100.000 asistentes y a generar un impacto económico en la localidad y sus alrededores de 18 millones de euros. Está organizado por la asociación cultural Art de Troya y se desarrolla cada año a mediados del mes de agosto. Su objetivo es dar a conocer las nuevas tendencias culturales en todos los ámbitos y mantener su puesto como uno de los festivales *indie* más reconocidos del país. En el año 2012 ganó el premio a “Mejor festival de España” de mano de los IV Premios de la Música Independiente (Gutiérrez, 2019).

Festival Ebrovisión

Festival de música independiente nacido en el año 2001 y que tiene lugar en Miranda de Ebro, Burgos. A parte de conciertos, el festival realiza otras actividades culturales como charlas, exposiciones de arte, talleres y ciclos de cortos cinematográficos. Está organizado por la Asociación Cultural Rafael Izquierdo y es, al igual que *Sonorama*, un festival referente para la comunidad en el género de la música *indie*. Su organización estima en aproximadamente 1 millón y medio de euros el impacto económico en Miranda y sus alrededores (Burgos Conecta, 2019).

Festival Palencia Sonora

Festival de música independiente nacido en el año 2004 en la ciudad de Palencia. Se caracteriza por apostar por un cartel heterogéneo de artistas del género *indie* y *rock*, incluyendo desde bandas consagradas a nivel nacional hasta artistas emergentes. Es considerado uno de los más importantes festivales de medio formato dentro del panorama alternativo nacional por lo que es un referente a tener en cuenta para la elaboración del proyecto *LeónFest*. Está organizado por la Asociación Palencia Sonora y cuenta con la

ayuda y patrocinio del Ayuntamiento de Palencia y de otras instituciones y organizaciones locales y regionales (Somos Palencia, 2019).

Festival DemandaFolk

Es un festival autodenominado “no convencional” autogestionado, gratuito y para todos los públicos. Nace en 2007 en la Sierra de la Demanda burgalesa y es organizado por La Asociación “Que la Sierra Baile”. Es un proyecto cultural que combina una programación de música tradicional con otras actividades culturales. Destaca principalmente por su organización y control de impacto ambiental, es por ello que ha recibido el premio como modelo de buenas prácticas de mano de la federación estatal de profesionales de gestión cultural (Cadena SER, 2021). *Demandafolk* es un importante referente en materia medioambiental para la elaboración y diseño sostenible del proyecto *LeónFest*.

Festival Fogo Rock

Festival de música rock nacido en el año 2018 que tiene lugar en el pueblo de Ayllón, Segovia. La cita se ha convertido en una fiesta comarcal con una importantísima implicación de distintos ayuntamientos, Diputación de Segovia, Junta de Castilla y León, Carné Joven Europeo, empresas y gran parte de las asociaciones de toda la comarca y provincias aledañas. Su organizador afirma generar un impacto económico de más de 300 mil euros en el pueblo de Ayllón.

Tribu Festival

Se trata de un festival multidisciplinar que se desarrolla en diferentes localizaciones de la ciudad de Burgos. Nació en el año 2013 y ofrece diversas actividades culturales como es la música en directo, eventos gastronómicos o actividades de otras disciplinas artísticas como el baile. Su objetivo principal es impulsar la cultura local y dar voz a jóvenes artistas emergentes a través de una programación variada y multidisciplinar. La organización ha valorado en más de millón y medio de euros el impacto económico del festival en la ciudad de Burgos en su última edición (Tribu Festival, 2019).

Músicos en la naturaleza

Festival de *folk-rock* celebrado cada año en Castilla y León desde 2006. Tiene lugar en el municipio de Hoyos del Espino, Ávila, lugar con gran oferta de alojamiento debido a lo turística de la zona por su interés rural y natural. Se estima en más de un millón de euros de impacto económico dentro del territorio gracias al festival.

A continuación, los festivales más importantes e influyentes para el proyecto *LeónFest* en la provincia y en la ciudad de León.

Tabla 5.2. Festivales de la provincia de León.

Nombre	Localización	Estilo de música	Primera Edición	Última edición	Asistentes
Planeta Sound	Ponferrada	Indie	2019	2019	13.000
Reggaeboa	Balboa	Reggae	2010	2019	> 2000
Tilenius Fest	Velilla de la Valduerna	Rock	2016	2019	500
Fiestizaje	Villafranca del Bierzo	Multidisciplinar	2004	2019	4.500
Música en la montaña	Riaño	Indie	2016	2019	5.000
Villamajazz	Villamañán	Jazz	2006	2019	> 1.500

Fuente: Elaboración propia.

Planeta Sound

El municipio leonés de Ponferrada ha celebrado en 2019 la primera edición del *Planeta Sound*, un festival de estilo *indie* que contó con la participación de 13.000 asistentes, una ocupación hotelera del 100% en la ciudad y municipios limítrofes y un impacto económico de 2,7 millones de euros para la ciudad, según los organizadores (Ramos, 2020).

Reggaeboa

Festival de música *reggae* que comenzó sus andaduras en el año 2010, tiene lugar en Balboa, el Bierzo, y es una perfecta unión entre música, tradición y naturaleza. Su apuesta es la cultura como medio de desarrollo rural y cada año recibe a más de 1.500 personas dentro de su impresionante escenario natural, conocido como el Auditorio de Balboa. Este festival no es solo un importante impacto económico para el territorio, sino que ayuda a posicionar a Balboa como un importante destino de turismo rural (Reggaeboa, 2020).

Fiestizaje

Nacido en 2004, es un festival cultural, musical y gratuito que tiene lugar en la localidad de Villafranca del Bierzo, villa medieval localizada en pleno Camino de Santiago. Está organizado por la Asociación Bumtaka, el Instituto leonés de Cultura y el Ayuntamiento local. El festival se basa en conciertos de música, mercadillos de artesanía, talleres, teatro, pasacalles y Dj's con el objetivo de difundir diversas formas de expresión cultural tradicionales y modernas (Fiestizaje, 2020).

Festival Música en la Montaña

Evento que tiene lugar en la localidad leonesa de Riaño desde el año 2016, es organizado por la Consejería de Fomento y Medio Ambiente, a través de la Fundación del Patrimonio Natural. Este evento busca convertirse en una cita referente en el panorama musical vinculando música y deporte, dinamizando el turismo de naturaleza y potenciando la economía del norte de la provincia de León (Diario de Valderrueda, 2019).

Tabla 5.3. Festivales en la ciudad de León.

Nombre	Localización	Estilo de música	Primera Edición	Última edición	Asistentes
Purple Weekend	León	Mod, Sixtie	1987	2019	12.000
Festival Internacional de Órgano Catedral de León	Catedral de León	Clásica, Órgano	1984	2019	20.000-25.000*
Festival de música española	León	Sinfónica, Clásica	1988	2020	-
Radical Sonoro	León-Espacio Vías	Metal	2016	2019	> 500

Fuente: Elaboración propia

Purple Weekend

El *Purple Weekend*, se lleva a cabo en distintos puntos de la ciudad y es uno de los festivales urbanos más reconocidos en España. Su origen data del año 1987 gracias a dos componentes de una de las bandas más reconocidas de la historia de León, *Los Flechazos*, banda referente en España de la música *sixtie* y el movimiento *mod*. En un principio comenzó como una pequeña concentración de artistas del género, pero con los años, el festival tomó un importante carácter internacional acogiendo a grandes bandas y artistas referentes del movimiento *mod* en el mundo como *The Zombies*, *The Buzzcocks*, *Gentleman Jesse* o *Roky Erickson*. A pesar de sufrir dos años de parón por diferencias entre la organización y el ayuntamiento de León, en el año 2005 retomó la actividad hasta el año 2019 cuando se celebra la última edición del festival (A causa del Covid-19) la cual fue un gran éxito, se estima un impacto económico de más de 1,5 millones de euros y se acogió a más de 12.000 personas entre todos los eventos musicales, llegando en alguno de ellos a colgar el cartel de *sold out*. El Musac, Espacio Vías y el Palacio de Exposiciones son algunas de las ubicaciones principales donde se desarrollan los conciertos y actividades culturales del festival. En definitiva, el *Purple Weekend* (Anexo 2), no es solamente un festival urbano más, es un importante encuentro cultural que acoge diversas actividades más allá de la música como desfiles de moda, mercadillos, exposiciones artísticas, ferias musicales o la *Scooter Run*, conocida concentración de motocicletas asociadas a la época de la música *sixtie* (Cadena SER, 2019; Diario de León, 2017; Santamaría, 2019).

Festival de Órgano en la catedral de León

Se trata de un evento socio-cultural de entrada libre consolidado en la ciudad, normalmente entre los meses de septiembre y noviembre, que se lleva a cabo dentro de la catedral de León desde hace décadas con ni más ni menos que treinta y seis ediciones a sus espaldas, siempre acompañado de su emblema y sonido característico, música clásica y el órgano.

No es un festival al uso como los nombrados a lo largo de este trabajo cuya actividad se lleva a cabo de forma sucesiva, el evento se desarrolla en un transcurso de más de mes y medio acogiendo los conciertos y actividades de destacados intérpretes y artistas internacionales. Su objetivo principal es transmitir la cultura musical y su historia mediante los conciertos y la impartición de diferentes seminarios de interpretación y composición del órgano (Rubio, 2017; Enredando, 2019).

Festival de música española (FMEL)

Según Luis Temes, director de orquesta y poseedor de un premio nacional de la música, “León tiene un festival de música imprescindible para la historia de España”. El *Festival de Música Española* de León surge en 1988 con el objetivo de promover la cultura y el patrimonio musical leonés, difundir la creación artística y servir de espejo para jóvenes y potenciales intérpretes nacionales e internacionales. En diversas ediciones, el festival ha complementado su actividad cultural con charlas, conferencias y exposiciones vinculadas a la música clásica y tradicional española. Hoy en día está consolidado como un festival de gran calidad y de referencia nacional e internacional gracias a la participación de grandes artistas como Ainhoa Arteta, Ara Malakian o diversas orquestas sinfónicas nacionales. Las diferentes actividades del evento se llevan a cabo durante varias semanas entre septiembre y octubre, en distintos emplazamientos de la ciudad como son el Auditorio Ángel Barja, el Auditorio Ciudad de León y el Teatro El Albéitar (FMEL, 2020; Viñas, 2020). A pesar de la situación generada por la pandemia mundial, en el año 2020 se llevó a cabo el evento con aforo reducido y medidas de seguridad.

Festival radical sonoro

Radical Sonoro es un evento de música principalmente de géneros involucrados en el mundo del metal y que ha cumplido cuatro ediciones desde el año 2016, siendo la quinta pospuesta a causa de la pandemia mundial. Poco a poco está creciendo en fechas, números, bandas y público, consiguiendo así asentarse como festival y atrayendo a cada vez más personas a disfrutarlo. Tiene lugar en Espacio Vías, aunque en su edición del año 2020 contemplaba una tercera fecha dentro de la conocida Sala Babylon. A lo largo de sus ediciones ha contado con bandas punteras dentro del género en España como son *In Mute*, *Hamlet* o *Mafalda* (Cortez, 2020).

Como festival de la ciudad de León, *Radical Sonoro* es el más influyente y el que se asemeja más a *LeónFest* en cuanto a estilo musical, no obstante, el concepto de festival es bastante diferente ya que el proyecto desarrollado en este trabajo busca una experiencia al aire libre, de música alternativa, con mayor capacidad de asistentes, mayor oferta de bandas y principalmente complementar el producto cultural con otras actividades secundarias y didácticas que se detallarán en el apartado definitivo del proyecto. La ausencia de un festival de estas características en la ciudad de León y en la provincia, es uno de los motivos de origen de la idea de llevar a cabo este proyecto cultural y diseño de festival.

Existen acciones que se están llevando a cabo en la ciudad con el objetivo de fomentar la cultura local y de ayudar a superar los malos momentos que han vivido los sectores culturales durante el último año a causa de la pandemia mundial.

Una de ellas es “*L'exploitation-León es acción*”, nueva iniciativa que viene de mano de la asociación cultural León Ciudad Púrpura que consiste en una manifestación cultural mediante la cual generar nuevos espacios de unión y difusión de diversas vertientes artísticas como la literatura, las artes escénicas y como protagonista principal, la música en directo, destacando géneros underground y abarcando un amplio abanico de estilos.

Otro de sus objetivos es descentralizar la cultura a través de iniciativas de diversas temáticas como mercadillos, proyecciones de cine o encuentros de sellos discográficos (La Nueva Crónica, 2021).

En cuanto a las instituciones que llevan a cabo diversas actividades relacionadas con la música en vivo en León, se van a diferenciar por distintos tipos que se verán recogidos a continuación en diferentes tablas con el fin de contextualizar la oferta de música en directo de la ciudad.

Tabla 5.4. Principales salas de conciertos de la ciudad de León.

Nombre	Localización	Estilos de música	Descripción
Sala Babylon	C/ Santa Cruz, 10, 24003 León	Soul, Jazz, Rock, Blues	La sala Babylon es referente en la ciudad como una de las salas asentadas y cuyo nombre es reconocido dentro del sector en la ciudad de León. Buen ambiente, copas, conciertos de diversos géneros y entretenimiento asegurado.
Black Bourbon	C/ Puerta Sol, 8, 24003 León	Multicultural	Autodenominado como bar especial, musical y sala de conciertos musicales, la Sala Black Bourbon desde su apertura en 2014 a la actualidad ha evolucionado de ser un bar de copas de estilo Rock, Metal y derivados a ser un punto de encuentro para los amantes de la cultura, música y danza.

El Gran Café	C/ Cervantes, 9, 24003 León	Rock-Pop, música de autor	Mítica sala de conciertos en León, con más de 30 años de experiencia y de recorrido en la ciudad. A parte de conciertos también ofrece un amplio abanico de oferta cultural, desde presentaciones de libros hasta teatro.
Sala Studio 54	C/ Burgo Nuevo, 18, 24001 León	Urbana, electrónica	Discoteca que comenzó su andadura en el año 2000, hoy en día es referente del ocio nocturno en la ciudad de León y lleva a cabo eventos musicales de géneros más urbanos como el rap, trap o la música electrónica.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.5. Otras instituciones relacionadas con la música en León.

Nombre	Localización	Aforo	Descripción
Auditorio Ciudad de León	Av. De los Reyes Leoneses, 4, 24008 León	600-1200	Es el auditorio municipal de la ciudad de León, inaugurado en el año 2002. Situado cerca del MUSAC y de la junta de Castilla y León, el auditorio cuenta con dos salas de exposición.
Espacio Vías	Av/ Padre Isla, 48, 24002 León	260	La gestión de Espacio Vías va destinada a favorecer el desarrollo de actividades que conlleven el fomento del arte y la cultura entre la población joven y para incentivar la investigación artística, plástica, fotográfica, literaria, musical, escénica, creación en red, etc.
Teatro San Francisco	C/ La Corredera, 1, 24003	270	El Teatro San Francisco está situado en uno de los edificios más emblemáticos de la nueva arquitectura. Ha sido dotado con las más modernas instalaciones para ofrecer la mejor calidad para congresos,

			conferencias, teatro, ópera, conciertos e iniciativas culturales.
Teatro El Albéitar	Av. Facultad de Veterinaria, 25, 24004 León	> 100	Auditorio perteneciente a la Universidad de León donde se realizan espectáculos de danza, teatro, conciertos, proyecciones de cine, exposiciones, conferencias y talleres.
Auditorio Ángel Barja y conservatorio de León	Santa Nonia, 11, 24003 León	> 100	Auditorio provincial localizado en el conservatorio profesional de música de la ciudad de León, en él se llevan a cabo cantidad de eventos culturales relacionados con la música, entre ellos el festival de música española de León.
León Arena	Paseo el parque, 36, 24004 León	10.000	La plaza de toros de León, actualmente usada para conciertos de música, corridas de toros, eventos deportivos y otros eventos culturales de gran capacidad de aforo.
Fundación y sala de conciertos Eutherpe	C/ Alfonso V, 10, 24001 León	120	La Fundación Eutherpe se ha convertido en un centro musical y cultural de primer nivel al que llegan pianistas y músicos de todo el mundo. Todos los jóvenes músicos pueden contar con esta sala y con su fiel público, para sus conciertos y rodajes.

Fuente: Elaboración propia.

5.5. ANÁLISIS DAFO DE LA ORGANIZACIÓN GESTORA Y DEL PROYECTO

En este apartado del trabajo, se llevará a cabo la realización de un análisis D.A.F.O el cual consiste en el estudio e identificación, tanto de las características internas (debilidades y fortalezas del proyecto), como de las características externas del proyecto

(amenazas y oportunidades), con la finalidad de contextualizar la situación del desarrollo del evento en un lugar como León.

Cuadro 5.1. Análisis D.A.F.O de la organización gestora.

Características internas	Características externas
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poca oferta de eventos similares a <i>LeónFest</i> por lo que existen pocas referencias. • Dificultad de encontrar un nicho de mercado en una primera edición. • Posibilidad de existir diferencias y choques de intereses dentro de la organización del festival. • Dificultad para recibir subvenciones para este tipo de proyectos, más aún si es de nueva creación. • Dificultades en la comunicación y negocio con representantes y bandas por falta de experiencia y de contactos. • Artistas que no satisfagan las exigencias del público. • Posibilidad de que algún estilo tenga más protagonismo que otros. • Gran coste de desarrollo del evento. • Posibilidad de no recuperar la inversión realizada. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Malas condiciones meteorológicas, posibilidad de lluvias. • Crisis económica, limitación de la capacidad de posibles consumidores de permitirse viajar y comprar entradas de eventos culturales. • Existencia o aparición de otros eventos culturales similares o alternativos a <i>LeónFest</i>. • Incertidumbre social a causa de la pandemia mundial generada por el Covid-19 y los posibles cambios en conductas y hábitos de las personas. • Incertidumbre sobre la seguridad sanitaria que pueda asegurar celebrar un evento multitudinario de estas características.
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p>	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Aunque se trate de un festival de música underground alternativa, dentro de ella participan diferentes estilos de música relacionada con el mundo del rock, punk y el metal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gran oferta hotelera y de restauración en la ciudad de León. • Existe un gran apoyo por parte de diversas asociaciones culturales dentro de la ciudad

<ul style="list-style-type: none"> • A demás de la oferta de conciertos programados, existe una gran diversidad de oferta de locales de ocio y entretenimiento en la ciudad de León. • Existe, por un pequeño precio adicional, zona de acampada cerca del recinto del festival. • Se dispondrá de la mejor calidad en términos de sonido, iluminación e infraestructuras. • Existe oferta gastronómica dentro del recinto del festival. • A demás de los conciertos, se llevarán a cabo otras actividades culturales complementarias y para diversos públicos. • Grupo de organizadores joven, con ilusión y con mentalidad emprendedora. • Escasa competencia y oferta de festivales del mismo estilo en la ciudad. 	<p>que darían promoción y ayuda en el desarrollo del proyecto.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existencia del turismo de la ciudad y de las proximidades. • Ubicación beneficiosa y estratégica de la ciudad, situada como punto de unión entre el Camino de Santiago y la Ruta de la Plata. • Oportunidad para promocionar establecimientos, productos gastronómicos o artísticos de la ciudad.
--	--

Fuente: Elaboración propia.

6. DEFINICIÓN DEL PROYECTO

Este apartado se ocupa de la estructura del proyecto; en él se plasmarán los detalles de organización y los datos correspondientes al emplazamiento o a las actividades desarrolladas durante el evento; se determinará el público o destinatario objetivo; se tratará el modelo de gestión por el que se regirá *LeónFest*, y, por último, se establecerá el cronograma de implementación y desarrollo del proyecto, su presupuesto aproximado y los eventuales colaboradores.

6.1. UBICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES

Se trata de un festival de música alternativa, relacionada con géneros derivados del *rock*. Es un festival innovador dentro de la ciudad de León ya que en los últimos años no ha existido un proyecto que plantee las mismas actividades ni ofertas culturales dentro de un mismo recinto al aire libre.

LeónFest se llevaría a cabo en el campo hípico municipal “El Parque”, situado en el Paseo el Parque, lugar que apenas tiene uso a lo largo del año y el cual está empezando a utilizarse como emplazamiento de otras actividades culturales. El campo es idóneo para llevar a cabo un evento como *LeónFest* gracias a sus dimensiones, (se estima un aforo de seguridad máximo de 3.500 personas), a la distribución de sus espacios, al buen estado del terreno y a su cercana localización respecto al centro de la ciudad, a sólo 20 minutos andando del barrio húmedo. Al tratarse de un recinto delimitado, se ahorrarían muchos costes de vallado, será más fácil el control de los accesos y se respetará mejor el entorno próximo.

Figura 6.1. Ubicación del festival de música alternativa *LeónFest*.



Fuente: Captura de Google Earth.

Una vez fijado el emplazamiento donde se va a desarrollar el proyecto, ahora cabe detallar las diferentes actividades que se van a llevar a cabo durante el desarrollo del mismo, las cuales aportan a *LeónFest* sus características y lo determinan como evento cultural, social y sostenible.

6.1.1 Actividad principal

La actividad principal es la celebración del propio festival y sus conciertos. Se prevé que *LeónFest* tenga lugar los días viernes 24 y sábado 25 de junio del año 2022, fechas estratégicas que coinciden con la celebración de las fiestas de San Juan y San Pedro en la ciudad de León. Los conciertos son la base sobre la que gira todo el diseño y desarrollo del festival, por lo que los grupos que actúen en el festival basarán su música en estilos derivados del Rock. El cartel (Anexo 3) contará con un total de catorce actuaciones, diez de distintos grupos nacionales destacados y emergentes dentro del género, dos DJ's y dos actuaciones correspondientes a los finalistas del “*concurso de bandas emergentes LeónFest*”. El 65% de las bandas participantes en el festival son leonesas. Las actuaciones se llevarán a cabo durante dos días (Tabla 6.1) y el correcto desarrollo del transcurso de las mismas estará en mano de los artistas, la organización del festival y del equipo técnico de luces y sonido. El coste de la entrada para esta primera edición es de 15 € para los dos días de conciertos. El objetivo del festival es consolidar su primera edición a través de bandas de gran proyección y calidad del panorama nacional, pero sin recurrir a un plato fuerte como gran cabeza de cartel. De tal modo, se pretende dar una importancia lo más equitativa posible a la participación tanto de grupos establecidos y con renombre como a la participación de bandas más *amateurs*, fomentando así la cultura musical local. En futuras posibles ediciones se valoraría la participación de bandas internacionales y la opción de captar un mayor número de asistentes mediante varios grupos cabeza de cartel, pero siempre se mantendrá la esencia de dar oportunidad a nuevas bandas emergentes de la ciudad, provincia y comunidad.

Plan B: En caso de que la previsión del tiempo meteorológico sea muy adversa los días del festival, se trasladará el evento al León Arena (Plaza de toros) donde podrán desarrollarse los conciertos en un espacio cerrado, amplio y resguardado de las posibles tormentas, aún a riesgo de que se desprogramasen algunas de las actividades complementarias. El recinto se encuentra a sólo 5 minutos del campo hípico municipal.

6.1.2 Actividades complementarias

1. Concurso de bandas emergentes *LeónFest* y Warm-up party.

Todas las bandas locales, provinciales y de la comunidad de Castilla y León de un perfil *amateur*, emergente y dentro del estilo musical del festival, podrán participar en un

concurso mediante el cual podrán optar a participar en *LeónFest* y formar parte del cartel definitivo de la edición.

El concurso consta de dos fases. En la primera, se procedería a una votación web popular, tras la cual los cinco grupos más votados tendrían la oportunidad de formar parte de una batalla de bandas, en que cada agrupación podrá interpretar cuatro de sus canciones originales ante el público asistente. La entrada es gratuita si se dispone del abono del festival o tendrá un coste de 5 € en taquilla. Esta segunda fase, se desarrollaría en espacio vías ya que, debido a su condición de espacio público del ayuntamiento de León de uso cultural/juvenil, los criterios de gestión van dirigidos fundamentalmente a favorecer el desarrollo de actividades que conlleven el fomento del arte y la cultura entre la población joven del municipio. El 60 % de la elección de ganadores se llevaría a cabo a través de un jurado formado por miembros de la organización y otras instituciones culturales y un 40 % mediante votación del público. Las dos bandas con mayor puntuación formarán parte de *LeónFest* y podrán interpretar 40 min de canciones de repertorio original. La organización se haría cargo de los gastos de viaje y alojamiento de los participantes, así como de proporcionar el *backline* (Todo aquello necesario para realizar un show en el escenario, amplificadores, altavoces, equipo de sonido, etc.) mínimo para poder tocar durante la batalla y el festival. Para completar la actividad se llevará a cabo un *warm-up* que contará con la participación de una banda nacional, del género, consolidada y atractiva para atraer más espectadores a la actividad y promocionar el *LeónFest*.

2. *LeónFest-Kids*.

Se trata de una actividad didáctica gratuita que consiste en la participación interactiva de niños con artistas. Cada día habrá un concierto en el cual los niños podrán estar en el escenario durante la interpretación de dos canciones, siempre con supervisión, cascos de protección auditivo y un aforo limitado, donde podrán conocer la perspectiva de los artistas o conocer cómo funciona el equipo técnico. También tendrán la oportunidad de visitar las instalaciones de la organización, hablar con algunos artistas y llevar a cabo ciertas actividades relacionadas con la música, siempre con un fin educativo y didáctico.

3. Firmas y encuentro con los músicos.

Durante el desarrollo del festival, se habilitará una zona dentro del recinto cerca del backstage donde los artistas que deseen hacerlo podrán realizar una sesión de firmas y fotos con el público.

6.1.3 Actividades derivadas

En la entrada del recinto habrá dos puestos de compra de *tokens*, fichas que sustituyen al dinero para poder adquirir bebidas dentro del festival, este método de trueque facilita y acelera el servicio y evita robos y pérdidas de dinero efectivo. Sólo se utilizarán en las barras de bebidas oficiales del festival, habrá dos barras distribuidas de forma estratégica en el recinto donde se ofertarán desde refrescos y agua hasta diversos tipos de alcoholes. Los puestos de *merchandising* se situarán en la entrada principal del recinto y pondrán a la venta material de todas las bandas participantes, así como *merchandising* del propio festival.

Otro de los recursos, será la disposición de *food trucks* y puestos en los que se ofertarán diferentes tipos de comida característicos de cada establecimiento, así como alimentos basados en productos típicos y tradicionales de la gastronomía de la ciudad de León.

Respecto a los posibles impactos y riesgos que pueda ocasionar el festival *LeónFest* para el desarrollo sostenible de la zona donde se desarrolla y en la ciudad de León, cabe destacar:

- La contaminación generada por el exceso de transportes y el consumo de plásticos.
- El consumo de drogas.
- La violencia.
- La discriminación social.

Para evitar que se dé lugar a este tipo de riesgos e impactos y establecer un desarrollo sostenible ambiental y social, se llevarán a cabo las siguientes actividades y actuaciones:

- Durante el transcurso del festival todo elemento de consumo, ya sean alimentos, alcohol, refrescos, etc., serán entregados en envases y vasos biodegradables. Habrá diversos contenedores de cartón y orgánicos para el depósito de los residuos y se evitará en la medida de lo posible el uso de plásticos dentro del recinto. También existirá la posibilidad de comprar un vaso personalizado del festival, con un coste de 1€ el cual podrá devolverse en la barra y recuperar el gasto, si se desea, durante cualquier momento del transcurso del festival.
- Existirá un punto violeta dentro de las instalaciones en el cual se ofrecerá atención, información y asistencia a víctimas de cualquier tipo de agresión sexista.

- Se habilitará una zona de acceso y plataforma exclusiva para personas con movilidad reducida, de tal manera que puedan tener la oportunidad de disfrutar de los conciertos evitando cualquier situación de peligro.
- Se habilitarán autobuses de ida y vuelta en diferentes puntos de la comunidad de castilla y León para evitar una masificación de vehículos en la ciudad y fomentar el uso común del transporte público, así como también se dispondrán de autobuses que conecten la zona del recinto con el centro de la ciudad cada cierto tiempo. No obstante, existen cientos de plazas gratuitas de aparcamiento en los alrededores del campo hípico municipal.
- Habrá zona de camping gratuito y un camping de pago, muy cercano al recinto, para quien prefiera un ambiente más tranquilo y seguro, ya que estaría vigilado durante todo el evento por un miembro del equipo de seguridad.
- Para garantizar la seguridad del evento y el control de acceso, se contratará el servicio de una empresa de profesionales de vigilancia y guarda de seguridad y se establecerá un puesto de emergencia y asistencia sanitaria. Toda actividad que pueda afectar al recinto, entorno y al mal uso de la política del festival, conllevará a la expulsión inmediata del lugar. Para controlar el acceso y salida, se dará a cada asistente una pulsera de identificación del festival.
- En el mapa de servicios del festival (Anexo 4), se determinan los tres accesos que tiene el recinto, todos adaptados para personas con movilidad reducida y control de entradas, cacheos e identificación, se distribuyen en dos accesos principales en la parte inferior y uno en la parte superior que conecta con el camping de pago y habrá dos salidas de emergencia. En el mapa se identificará la distribución de todos los elementos y actividades pertenecientes al festival.

Con el objetivo de ordenar el desarrollo, mostrar información del evento tanto para el asistente como para la organización, se dispone a continuación del *timing* de las actividades del festival, en él se reflejarán las actividades que estén sujetas a un uso horario o que necesiten organización temporal.

Tabla 6.1. Timing de actividades *LeónFest*.

Timing de conciertos-LeónFest			Timing de otras actividades		
Horario	Viernes 24	Sábado 25	Viernes 24	Sábado 25	
16:00	Apertura del recinto, música ambiente		Seguridad durante todo el festival		Apertura de barras de bar
17:00 - 17:40	Conciertos de los ganadores del concurso de bandas emergentes				
17:40 - 18:00	Preparación de backline y música ambiente de manos del Dj				
18:00- 18:50	The Skalzos	Reverend Goat	LeónFest-Kids		
18:50- 19:10	Preparación de backline y música ambiente de manos del Dj				
19:10 - 20:00	Torque	Corvus V	Firmas de artistas		
20:00 - 20:20	Preparación de backline y música ambiente de manos del Dj				
20:20 - 21: 10	Agraphobia	The Hot Tubes	Seguridad y asistencia		
21:10-21:30	Preparación de backline y música ambiente de manos del Dj		Firmas de artistas		
21:30 - 22:45	Vermuzazo	Bala	Seguridad y asistencia		
22:45 - 23:00	Preparación de backline y música ambiente de manos del Dj		Firmas de artistas		
23:00 - 00:15	Sexy Zebras	Kitai	Seguridad y asistencia		
00:15 - 02:00	Dj Maceta	DJ Lagartija			
2:00	Cierre del recinto				

Fuente: Elaboración propia.

6.2. PÚBLICO OBJETIVO

El público objetivo o destinatarios es el “grupo de personas, que comparte ciertas características comunes, al que dirigimos nuestro proyecto” (Roselló, 2017, p. 110). En el caso de *LeónFest* existe un nexo de unión para todo el público, el interés por los conciertos y las actividades que conforman un festival de música en directo.

Al tratarse de la primera edición de un festival donde se apuesta fuertemente por el arte local y regional, el objetivo respecto al público de este primer *LeónFest* es atraer a público local, provincial y de regiones próximas a Castilla y León. El público local en una primera

edición es el más importante, si *LeónFest* logra alcanzar el reconocimiento y apoyo de la población e instituciones leonesas, las siguientes ediciones serían mucho más aclamadas, apoyadas y seguramente demandadas. Por esta razón se hará un gran hincapié en la promoción, difusión y en el marketing local y regional, sin dejar de lado una promoción global mediante las redes sociales (Apartado 7 del proyecto, Marca, promoción y difusión).

Respecto al público local, basándome en mi conocimiento del entorno social de León y mi experiencia personal asistiendo a multitud de conciertos en locales y espacios de música en directo, así como mi capital social de relaciones con profesionales del sector, puedo afirmar que el perfil medio de consumidor es de una edad superior a los 25 años, generalmente relacionados con el mundo de la música, activos en movimientos culturales dentro de la ciudad y con estudios superiores de grado o técnicos profesionales. No obstante, el informe *oh, Holy Festivals!* (2020), a partir de una encuesta a asistentes de festivales, ha determinado que el 47 % del público tiene entre 25 y 34 años, seguido de un 38,6 % de entre 18 y 24 años y de un 11,4 % entre los 35 y 44 años. Que el 60 % disponen de estudios superiores y que el 77 % considera más importante la participación de artistas de sus géneros preferidos por encima del precio de la entrada, del ambiente social, de la diversidad de actividades o de la decoración.

Respecto al turista que viaja a León para disfrutar del *LeónFest*, en primer lugar, busca conocer la representación cultural de la música a través de la experiencia que le otorga el festival, pero también es un turista con otras inquietudes culturales, busca conocer el patrimonio histórico y natural de la ciudad y su entorno, así como disfrutar de la gastronomía. La ciudad de León tiene gran riqueza en estos factores lo cual la convierte en un destino muy atractivo para poder desarrollar un festival de estas características.

Una vez diferenciados asistente local y asistente turístico, el perfil medio de público objetivo para *LeónFest* y sobre el que deberá centrarse la promoción y el diseño de las actividades se ha determinado que es el siguiente:

- Adultos entre 18 y 50 años.
- Con predilección por géneros relacionados con el rock.
- Solteros, en pareja o padres de familia, ya que el acceso de menores de 11 años será completamente gratuito y se llevarán a cabo actividades interactivas con la música y los artistas para los niños (*LeónFest-kids*).
- Ingresos medios o medio-altos.

- Nivel de estudios medio y superior.
- Visitante local, provincial, regional y de comunidades colindantes.
- Amante de la música en directo.

6.3. MODELO DE GESTIÓN DEL PROYECTO

Roselló define al modelo de gestión como la “opción por la mejor manera de gestionar, a nivel de agentes, un proyecto ya definido” (Roselló, 2017, p. 153).

El modelo de gestión escogido para llevar a cabo *Leónfest*, es un modelo de gestión mixta en la que la gestión es compartida en diferentes niveles entre la institución titular del proyecto y algún otro agente, sobre todo privado o asociativo (Roselló, 2017).

Al tratarse de una primera edición, y presentar cierta inexperiencia en algunos campos del sector y del desarrollo de un festival, el contar con una gestión mixta facilitará que otros equipos de gestión pertenecientes a otra institución diferente de la titular y que estén vinculadas con el proyecto, ayuden y lleven a cabo las acciones que sean necesarias para el correcto desarrollo del mismo mediante una acción cooperativa. Se externalizarán los servicios auxiliares como es el caso del equipo de seguridad o la limpieza del recinto a empresas locales.

El proyecto está abierto a la cooperación con todo tipo de negocios e instituciones locales y provinciales relacionados con el turismo, la música en directo, gastronomía y todo aquello que esté relacionado con la cultura y la música. El objetivo es impulsar la economía y el desarrollo de actividades de los leoneses.

6.4. CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN DEL FESTIVAL LEÓN FEST

A continuación, se desarrollará un cronograma de implementación, en el cual se resumen todas las tareas necesarias para llevar a cabo el proyecto, se verán recogidas en un plazo de un año y se identificará el tiempo disponible y necesario para llevar a cabo cada una de ellas.

Tabla 6.2. Cronograma de implementación del proyecto.

Cronograma	julio de 2021 - (12 meses) - junio de 2022											
Actividades	J	A	S	O	N	D	E	F	M	A	M	J
Diseño y elaboración de las bases del proyecto.												
Presentación del proyecto a las instituciones.												
Negociación y colaboración con instituciones.												
Solicitud de subvenciones, patrocinadores y financiación.												
Contacto y negociación con representantes y grupos.												
Diseño artístico y de marca del festival.												
Publicidad y redes sociales.												
Presentación del cartel definitivo en redes y prensa.												
Diseño de las actividades del festival.												
Contratación del personal.												
Montaje, desarrollo y recogida del festival.												

Fuente: Elaboración propia.

6.5. PRESUPUESTO DEL FESTIVAL LEÓNFFEST

Para la puesta en marcha del festival *Leónffest*, cabe realizar un estudio presupuestario de los gastos e ingresos (estimativos) necesarios para el correcto desarrollo del proyecto. Se propondrán 3 escenarios recogidos en el (Anexo 5). El beneficio obtenido será repartido entre los miembros de la organización e instituciones involucradas en el desarrollo del proyecto. Cabe destacar que el objetivo principal de esta primera edición del festival no es sacar un alto beneficio económico, sino lograr atraer el máximo público posible con la intención de desarrollar nuevas ediciones en los años venideros.

Tabla 6.3. Presupuesto aproximado del festival.

GASTOS		INGRESOS (100% ASISTENCIA)	
ARTISTAS	25.100,00 €	PROPIOS	80.500,00 €
Cachés	21.500,00 €	Venta de entradas (3500 x 15 €)	52.500,00 €
Desplazamiento	900,00 €	Barras de bebidas	24.000,00 €
Alojamiento y cenas	1.200,00 €	Merchandising	4.000,00 €
SGAE	1.500,00 €	PATROCINIO	12.000,00 €
INFRAESTRUCTURAS Y EQUIPO TÉCNICO	13.000,00 €	Coca-Cola	6.000,00 €
Escenario + montaje	4.000,00 €	Estrella Galicia	6.000,00 €
Backstage y vallado + montaje	3.000,00 €	SUBVENCIONES	5.000,00 €
Equipo de sonido e iluminación + montaje	6.000,00 €	Subvención de la junta de Castilla y León	5.000,00 €
PERSONAL	8.350,00 €	OTROS	2.000,00 €
Camareros	2.000,00 €	Espacios de Food trucks y puestos	2.000,00 €
Técnico de sonido e iluminación	1.000,00 €	TOTAL	99.500,00 €
Seguridad	2.000,00 €	<p>Presupuesto</p> 	
Transporte y carga y descarga	600,00 €		
Limpieza	2.000,00 €		
Fotógrafo	750,00 €		
PUBLICIDAD	9.450,00 €		
Diseño artístico y gráfico	850,00 €		
Impresión de carteles y reparto	480,00 €		
Merchandising	620,00 €		
Promoción, campaña publicitaria	7.500,00 €		
OTROS	9.150,00 €		
Baños sanitarios	400,00 €		
Pulseras de acceso	200,00 €		
Barras y equipo	3.000,00 €		
Bancos	300,00 €		
Coste distribución de entradas	5.250,00 €		
TOTAL	65.050,00 €		
		Resultado = 99.500 - 65050 ->	34.450,00 €

Fuente: Elaboración propia.

A continuación se presenta un tabla con los más interesantes y posibles colaboradores para el proyecto, sin las ayudas financieras, materiales o humanas que aportaran estas instituciones al evento, no sería posible poner en marcha el desarrollo de *LeónFest*.

Cuadro 6.1. Colaboradores y patrocinadores de *LeónFest*.



Logo	Institución	Contribución	Colaboración
	Ayuntamiento de León	El ayuntamiento es propietario del terreno donde se diseña el proyecto <i>LeónFest</i> , por lo que se pediría una concesión del mismo de 4 días para el desarrollo del festival, también se pedirían ayudas en cuestión de gestiones, permisos, horarios, suministros energéticos, etc.	Económica y material
 Junta de Castilla y León	Junta de Castilla y León	Se llevarán a cabo solicitudes de ayudas económicas mediante subvenciones. En mayo de 2021 la junta ha aprobado más de medio millón de euros destinados a financiar proyectos culturales para la realización de festivales en la comunidad.	Económica
	León Ciudad Púrpura	Asociación cultural centrada en eventos musicales que nos ayudaría con la difusión y promoción del evento gracias a sus contactos y experiencia dentro del sector en León.	Humana
	Coca-Cola	Tanto Coca-Cola como Estrella Galicia son dos de los principales patrocinadores de festivales en España, suelen aportar entre un 5 y un 15 % del presupuesto marcado por el festival como financiación y en numerosas ocasiones aportan estructuras, puestos de actividades, animadores, promoción, etc.	Económica, material y humana
	Estrella Galicia	Tanto Coca-Cola como Estrella Galicia son dos de los principales patrocinadores de festivales en España, suelen aportar entre un 5 y un 15 % del presupuesto marcado por el festival como financiación y en numerosas ocasiones aportan estructuras, puestos de actividades, animadores, promoción, etc.	Económica, material y humana

Fuente: Elaboración propia.

7. MARCA, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN

Para dar visibilidad y ejercer una correcta promoción y difusión de LeónFest y de todas sus actividades, se debe realizar un conjunto de acciones que pongan en contacto el proyecto con el destinatario, se creará una mayor expectación, se dará una imagen de proyecto activo y se logrará una mayor asistencia y apoyo hacia el evento por parte del público y de los medios de comunicación. Según el informe *Oh, Holy festivals!* (2020), el 51,7 % de los asistentes a un festival se enteran de la celebración del mismo a través del boca a boca entre amigos, seguido por el 32,1 % directamente de las redes sociales. Por otro lado, los medios tradicionales ocupan solo un 4% dentro de los métodos de alcance del público de un festival, es por ello que se hará hincapié en dar visibilidad al evento sobretodo a través de las redes, ya que un buen uso de las mismas puede llegar a alcanzar un número mucho más amplio de interesados. Por otro lado, crear una imagen de marca atractiva, que esté relacionada con el estilo de festival y que tenga un formato artístico es beneficioso para el proyecto, le aporta un mayor valor cultural, llamará más la atención y establecerá una asociación directa entre los diferentes elementos y el evento.

Cuadro 7.1. Diseño de marca oficial del *LeónFest*.

Nombre oficial del festival	
<p><u>LeónFest</u></p> <p>Festival de música alternativa de León</p>	
Logotipo	Cartel (Anexo 3)
	

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a los medios de promoción y difusión del proyecto se recogerán en el siguiente plan de comunicación:

Debido al perfil de público objetivo y al tipo de evento, el plan de comunicación se centrará sobretodo en un modelo *on-line* a través de redes sociales, página web y prensa digital.

En primer lugar y más importante, estarían las redes sociales, es de vital importancia crear perfiles en estas redes que presenten una imagen profesional, muestren la marca del festival y que presenten una actividad constante la cual genere expectativas y aporte información sobre el evento. Existe la opción de utilizar los medios promocionados de las redes, esto supondría un coste, pero siempre será muy inferior a los costes de promoción en televisión o periódicos, incluso locales. Algunas redes como Facebook o Instagram te dan la opción de poder elegir e incidir sobre tu público objetivo posicionando publicaciones en franjas horarias específicas y en diferentes lugares estratégicos.

Instagram: Es la red social más importante para un festival, en ella se puede interactuar con el público mediante la publicación de imágenes, historias informativas y el acceso a los mensajes directos. Junto a Facebook, es la red donde se concentra mayor parte del público objetivo. El propio asistente puede compartir en tiempo real su experiencia en el festival mediante historias y servir él mismo como medio de difusión del evento entre sus contactos.

Facebook: Esta red social se usaría principalmente para realizar comunicados, otorgar información sobre actividades, artistas y mantener una comunicación directa con el público.

Twitter: A través del hashtag #LeónFest se realizarán diferentes *tweets* informativos, actualizaciones, *tweets* fotográficos, etc.

Sorteos en redes: Hoy en día llevar a cabo sorteos de entradas en las redes es uno de los métodos de difusión más utilizados por los festivales, ya que obliga a los participantes a compartir las publicaciones en sus propios perfiles aumentando considerablemente el alcance de público del festival.

Youtube: Con el fin de servir como canal de difusión para siguientes ediciones, se subirán vídeos de interpretaciones en directo de las bandas, se subirá un vídeo *aftermovie*

recopilatorio de lo que fue la experiencia del festival y se subirán a la plataforma entrevistas por parte de miembros de la organización a las bandas.

Web oficial: Se llevará a cabo un diseño web basado en la imagen de marca del festival en el cual se recopilarán datos informativos, información de contacto y de las redes.

Prensa digital: Se tratará con medios de comunicación digital locales con el fin de promocionar el proyecto y sus actividades a través de internet, la razón de optar por este método es que hoy en día los medios digitales son mucho más demandados que los métodos físicos más tradicionales, sobretodo por parte del público objetivo del *Leónfest*. Se comunicará también a revistas digitales musicales importantes a nivel nacional como son es el caso de la conocida *Mondo Sonoro*.

Captación del público local: Para dar a conocer y generar un mayor interés por parte del público local, se llevarán a cabo actividades como la batalla de bandas y *warm up* del festival y se pegarán carteles del evento por la ciudad de León, en localidades de la provincia de León y en las principales ciudades del resto de provincias de la comunidad.

Merchandising: Al tratarse de una primera edición, se realizarán pequeñas tandas de camisetas, gorras y sudaderas con el logo y el cartel del festival (Anexo 6).

Métodos tradicionales: Se harán contactos publicitarios con radios y periódicos de León y se organizará una rueda de prensa con medios televisivos locales y autonómicos.

8. MÉTODO DE EVALUACIÓN

El método de evaluación es el “proceso por el cual se valora la trayectoria y los resultados de un proyecto cultural” (Roselló, 2017, p. 205).

El método de evaluación que se ha desarrollado en este proyecto está enfocado en recibir *feedback* por parte de los asistentes de la primera edición del *LeónFest* y así obtener opiniones e información que ayuden a mejorar la experiencia del festival para una posible siguiente edición. El método seleccionado es la elaboración de una encuesta pública (Anexo 7), la cual estará disponible en la página web oficial y en los distintos perfiles sociales del festival.

9. CONCLUSIONES

Como primera conclusión, a partir del estado de la cuestión elaborado en este trabajo, se puede afirmar que los festivales de música tienen un gran peso dentro del turismo cultural español, ya que generan importantes impactos económicos en los territorios donde se desarrollan, atraen a miles de personas de diferentes regiones y países de todo el mundo desarrollado, hacen felices a sus consumidores y enriquecen culturalmente a todos sus asistentes; todo ello gracias a la música en directo.

En la ciudad de León no existe un claro antecedente que sirva realmente como referente para un proyecto como es *LeónFest* y, menos aún, un festival de estas características que se haya consolidado o se mantenga en activo. Es por ello que el diseño de este evento radica de mayor complejidad, al tener que echar mano de datos comparativos externos al medio local, pero, a la vez, presenta un gran potencial de realización, pudiendo establecerse como una nueva motivación turística y como un evento musical referente para la cultura de la ciudad y la provincia.

Los músicos emergentes de León necesitan un medio donde tener la oportunidad de mostrar sus obras, su interpretación y su imagen como grupo. *LeónFest* apuesta fuertemente por la cultura local y tiene un claro objetivo: mostrar y dar la oportunidad a nuevos artistas que, tal vez, gracias a este tipo de eventos, consigan mayor reconocimiento y, al adquirir fama dentro del panorama musical nacional, repercuta también en la valorización del propio festival.

En cuanto a su proyección social, el llevar a cabo una actividad didáctica como *LeónFest-Kids* que involucra a los niños, es una oportunidad que ofrece el festival de educar a los más pequeños en formación musical y permitiría, a la larga, ampliar la masa crítica para asegurar la pervivencia de este tipo de eventos.

En último lugar, hay que insistir en el hecho de que la promoción y difusión son vitales si se quieren alcanzar los objetivos marcados por la organización, desarrollar un diseño de marca atractivo e identificativo. En efecto, implimentar un plan de comunicación bien elaborado y efectivo es clave indispensable para atraer al público objetivo, lo que puede derivar en un aumento potencial del turismo en el territorio y en beneficios económicos, a medio y corto plazo, para la industria cultural y turística de la ciudad de León.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y FUENTES CONSULTADAS

Agencia EFE. (2021, 17 mayo). *Trece festivales musicales de Castilla y León se unen para poner en valor su «gran importancia»*. [www.efe.com. https://www.efe.com/efe/castillayleon/cultura/trece-festivales-musicales-de-castilla-y-leon-se-unen-para-poner-en-valor-su-gran-importancia/50000477-4538352](https://www.efe.com/efe/castillayleon/cultura/trece-festivales-musicales-de-castilla-y-leon-se-unen-para-poner-en-valor-su-gran-importancia/50000477-4538352)

APM. (2020). *Anuario de la música en vivo 2020*. (N. 10). <http://anuario.apmusicales.com/digital-final/assets/downloads/ANUARIO%20APM%202020.pdf>

Ballesta, J. C. (2021, 19 marzo). *Isle of Wight Festival 1970: fin de la utopía hippie*. Revista Ladosis. <https://revistaladosis.com/isle-of-wight-festival-1970>

Bennett, A. (2004). *Remembering Woodstock*. Ashgate Publishing. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Gm1QDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&q=woodstock&ots=EM08XJ03Fp&sig=eIvzVNClrjKatsXSkc9S1iv2TJk#v=onepage&q=woodstock&f=false>

Buceta, N. (2019). *Los Festivales de música en España*. OBS Business School. <https://es.slideshare.net/OBSBusinessSchool/informe-obs-los-festivales-de-msica-en-espaa>

Cadena SER. (2019, 9 diciembre). *El Purple Weekend cierra una edición «única» con 12.000 asistentes*. https://cadenaser.com/emisora/2019/12/09/radio_leon/1575913435_121476.html

Campbell, R. (2011). *A Sense of place: Examining music-based tourism and its implications in destination venue placement*. Theses, Dissertations, Professional Papers, and Capstones. 1142.

Cortez, P. (2020, 8 enero). *FESTIVAL RADICAL SONORO 2020 de LEÓN cartel y Warm Up*. Rock and Blog. <https://rockandblog.net/festival-radical-sonoro-2020-de-leon-cartel-y-warm-up/>

Diario de León. (2017, 10 diciembre). *El Purple hace una buena caja*. <https://www.diariodeleon.es/articulo/cultura/purple-hace-buena-caja/201712100400001730624.html>

Diario de Valderrueda. (2019, 1 marzo). *Riaño acogerá el festival 'Música en la Montaña' con Los Secretos, Mikel Erentxun y Alex Cooper*. Diario de Valderrueda. <https://www.diariodevalderrueda.es/texto-diario/mostrar/1342029/presentado-oficialmente-festival-musica-montana-carrera-trail-run-riano-2019>

Enredando. (2019, 16 septiembre). *El Festival Internacional de Órgano "Catedral de León" celebra el presente año su XXXVI edición consecutiva*. <https://www.enredando.info/el-festival-internacional-de-organo-catedral-de-leon-celebra-el-presente-ano-su-xxxvi-edicion-consecutiva/>

Festival de Ortigueira. (2020). *Historia do festival | Festival de Ortigueira*. <https://festivaldeortigueira.com/gl/content/historia-do-festival>

Fever & Neolabels. (2020). *Oh, Holy Festivals! Observatorio de patrocinio de marcas de festivales*. <http://ohholymfestivals.com/>

Fiestizaje. (2020, 22 abril). *Historia Fiestizaje*. <https://fiestizaje.es/historia-fiestizaje/>

FMEL. (2020). *BREVE HISTORIA*. Festival de Música Española de León. <https://festivaldemusicaespanola.com/breve-historia>

Frey, Bruno S. "The economics of music festivals". *Journal of cultural Economics* 18.1 (1994): 29-39.

García, X. (2017a, abril 21). *El origen de los festivales (I): Los festivales de la canción*. El Portal de la Música en Vivo. <https://www.apmusicales.com/el-origen-de-los-festivales-i-los-festivales-de-la-cancion/>

García, X. (2017b, abril 21). *El origen de los festivales (II): Primeros festivales al aire libre*. El Portal de la Música en Vivo. <https://www.apmusicales.com/937147/>

Gómez de Castro, A. (2015). *La gestión, organización y producción de eventos culturales. Un estudio de caso: Festival Sónar, Music, Creativity & Technology (1994-2013)*. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/tesis/47154.pdf>

González, D. (2020, 10 febrero). *La provincia pierde 3.400 peregrinos pero rebasa los 50.000 en 2019 y planea llevar el 'wifi' al Camino*. Leonoticias. <https://www.leonoticias.com/leon/provincia-pierde-3400-20200210130934-nt.html>

Holt, Fabian. "A Worldview History of Music Festivals". *Everyone Loves Live Music*, Chicago: University of Chicago Press, 2020, pp. 157-182.

ICAL. (2019, 16 noviembre). *León lidera el número de turistas con un incremento del 5% en nueve meses llegando a 1,24 millones de viajeros*. Leonoticias. <https://www.leonoticias.com/leon/leon-lidera-numero-turistas-nacionales-extranjeros-20191116121905-nt.html>

ICOMOS. (1976). *Carta de Turismo Cultural*. http://www.lacult.unesco.org/docc/Carta_Tur_1976.doc

La Nueva Crónica. (2021, 13 abril). *Un concepto nuevo de festival arriba en León*. La Nueva Crónica: Diario leonés de información general. <https://www.lanuevacronica.com/un-concepto-nuevo-de-festival-arriba-en-leon>

Ledculture. (s. f.). *El origen de los festivales musicales*. Led Culture Magazine. <http://magazine.ledculture.com/2019/05/el-origen-de-los-festivales-musicales.html>

Leonocio. (2019). *Festival Villamajazz en Villamañan*. Leonocio.es. <https://leonocio.es/event/festival-villamajazz-en-villamanan-2/>

Marzo, A. (2019). *Los festivales de música, el nuevo motor económico de nuestro país*. Telecinco. https://www.telecinco.es/informativos/economia/festivales-musica-espana-motor-economico_18_2786445087.html

McKay, George and Webster, Emma (2016) *From Glyndebourne to Glastonbury: The Impact of British Music Festivals*. AHRC/UEA. <https://ueaeprints.uea.ac.uk/id/eprint/59132/>

Medina, I. (2020, junio). *Festivales de música y COVID-19: ¿el fin de un ciclo brillante?* OBS Business School. <https://www.obsbusiness.school/actualidad/informes-de-investigacion/informe-obs-festivales-de-musica-y-covid-19-el-fin-de-un-ciclo-brillante>

Molina, M. M. (2016). *Herramientas para la gestión turística del patrimonio cultural: Manual para gestores culturales* (1.^a ed.). Ediciones Trea, S.L.

Moral, S. (2018, 23 julio). *Monterey Pop: el primer gran festival de todos los tiempos*. LOS40. https://los40.com/los40/2018/07/05/musica/1530806462_429879.html

Porras Núñez, C. (2019, 22 octubre). *Turismo de festivales: más turistas y mayor visibilidad para los destinos*. Hosteltour. https://www.hosteltur.com/131405_turismo-de-festivales-mas-turistas-y-mayor-visibilidad-para-los-destinos.html

Querol, M. Á. (2020). *Manual de gestión del patrimonio cultural* (2.^a ed.). Editorial Akal.

Ramos, C. (2020, 15 octubre). *Ponferrada recuperará en 2021 el Festival Planeta Sound con un cartel «más atractivo»*. Leonoticias. <https://www.leonoticias.com/ponferrada/ponferrada-recuperara-2021-20201015133903-nt.html>

Reggaeboa. (2020). *Reggaeboa Festival – Festival de Reggae y músicas de origen jamaicanas de Balboa, El Bierzo*. <https://www.reggaeboa.com/>

Richards, G. (2001): El desarrollo del turismo cultural en Europa, Estudios Turísticos, 150, pp. 3-13.

Roselló, D. (2017). *Diseño y evaluación de proyectos culturales* (10.a ed.). Ariel.

Rubio, S. (2017). XXXIV Festival Internacional de Órgano Catedral de León – Toda la Música. Toda la Música. <https://www.todalamusica.es/xxxiv-festival-internacional-organo-catedral-leon/>

Santamaría, D. (2019, 15 diciembre). *Purple Weekend 2019: Crónica | El renacer púrpura*. Wake And Listen. <https://www.wakeandlisten.com/purple-weekend-2019-cronica-el-renacer-purpura/>

Sarmiento, L. R. (2017, 15 agosto). *Woodstock: así fue la primera y más exitosa versión de Woodstock*. Radiónica. <https://www.radionica.rocks/noticias/asi-fue-el-primer-woodstock-de-la-historia>

Seaman, B. (2003). *Economic impact of the arts*. A Handbook of Cultural Economics. https://www.researchgate.net/publication/287398512_Economic_impact_of_the_arts

Sobrecueva Martínez, D. (2019, 2 julio). *Festival solidario contra la violencia de género en Velilla de la Valduerna - ILEÓN.COM*. ileon. <https://www.ileon.com/cultura/099157/festival-solidario-contra-la-la-violencia-de-genero-en-velilla-de-la-valduerna>

Viñas, V. (2020, 9 septiembre). «*La historia de la música la está escribiendo León*». Diario de León. <https://www.diariodeleon.es/articulo/cultura/historia-musica-escribiendo-leon/202009090132412043571.html>

Anexo 1:

Festivales nacionales referentes para la elaboración del diseño de LeónFest

VIÑA ROCK
XXIV FESTIVAL ARTE-NATIVO
2, 3 Y 4 DE MAYO 2019 · VILLARROBLEDO, ALBACETE

MIÉRCOLES 1 DE MAYO DE 2019 (FIESTA DE BIENVENIDA)
ESCENARIO CUTTY SARK LA PEGATINA · IRATXO [Gira despedida] · ALAMEDADOSOULNA · VALIRA
ESCENARIO NEGRITA LOS ZIGARROS · LA BERISO (ARG) · BOHEMIAN BETYARS (HUN)
ESCENARIO VIÑA DUB GREENLIGHT SOUND SYSTEM Ft MACKY BANTON (UK) · AIARALDEK

JUEVES 2 DE MAYO DE 2019
ESCENARIO CUTTY SARK TALCO (ITA) · LÁGRIMAS DE SANGRE · DESAKATO · NARCO · KAOS URBANO
ESCENARIO NEGRITA SFOK · LOS AUTÉNTICOS DECADENTES (ARG) · ROZALÉN · MAFALDA · SKAKEITAN
ESCENARIO VILLARROBLEDO KOMA · BARÓN ROJO · SARATOGA · SMOKING SOULS
ESCENARIO MADRID SALVAJE BERET · TOTOKING · SHOTTA · DANTE & BLAKE · SARA HEBE (ARG)
ESCENARIO BIOBIZZ GREEN VALLEY · ISEO & DODOSOUND (w/The Mousehunters) · RAPSUSKLEI · KOERS
CHARLY EFE ESCENARIO SMOKING CRIM · MORPHIUM · RUDE PRIDE · TU OTRA BONITA · PERANOIA · DARTE
& DJ FRESKO ESCENARIO VIÑA DUB GREENLIGHT SOUND SYSTEM Ft MACKY BANTON (UK) · CHALART 5B
DJAH ALCHEMY DUBS (UK) · MAISLUME · MIKEY CLAP · RAS JAHGEC
ESCENARIO VIÑA CLON ABAIXO CU SISTEMA (Tributo a SOAD)

VIERNES 3 DE MAYO DE 2019
ESCENARIO CUTTY SARK GATILLAZO · LA M.O.D.A · DUBIOZA KOLEKTIV (BIH) · KAOTIKO · SÍNKOPE
ESCENARIO NEGRITA BOIKOT · MOJINOS ESCOZÍOS · ZOO · TREMENDA JAURÍA · BUHOS
ESCENARIO VILLARROBLEDO BERRI TXARRAK · EL RENO RENARDO · RAT-ZINGER · CRISIS
ESCENARIO MADRID SALVAJE NATOS Y WAOR · AYAX Y PROK · TRIPLE XXX (20 Aniversario) · JUANCHO MARQUÉS
FERNANDOCOSTA ESCENARIO BIOBIZZ A1 by D.B.F (D.B.F + Charlie P + Sr. Wilson + Shanti D + Jr. Roy)
SPANISH REGGAE SHOWCASE (Hermano L, Emeterians, Ganjahr Family, Mad Divison y Bairo Di Lion con Forward Ever Band)
ADALA & THE SAME SONG BAND · KULTO KULTIBO · IRA ESCENARIO SMOKING MACHETE EN BOCA · EL DILUVI
LIMANDO · SUU · FUEGO AMIGO · RAPSADISMO ESCENARIO VIÑA DUB DUBKASM (UK) · GREENLIGHT SOUND
SYSTEM ft MACKY BANTON (UK) · WARRIORS OF DUB ft BELEN NATALI · ISLAND ROOTS
ESCENARIO VIÑA CLON LA FÚMIGA (Brass Band de versiones)

SÁBADO, 4 DE MAYO DE 2019
ESCENARIO CUTTY SARK SOZIEDAD ALKOHOLIKA · SEGISMUNDO TOXICÓMANO · LA FUGA · LOS DE MARRAS
PAKO ESKORBUTO ESCENARIO NEGRITA SKA-P · EL KANKA (Único festival en 2019) · JUANITO MAKANDÉ
XAVI SARRIÁ · SKALARI (XXV Anniversary) ESCENARIO VILLARROBLEDO SÓBER · STRAVAGANZZA · SAUROM
BOCANADA ESCENARIO MADRID SALVAJE LOS CHIKOS DEL MAÍZ (Único Festival en 2019) · LA EXCEPCIÓN
KAZE · SONS OF AGUIRRE & SCILA · EXHIBICIÓN BATALLA DE LOS GALLOS (Chuty, Skone, Bnet y BTA con Verse DJ)
ESCENARIO BIOBIZZ MORODD & Okoumé Lions · GENERAL LEVY (GBR) · SKARRA MUCCI & DUB AKOM BAND (JAM)
GLAUKOMA ESCENARIO SMOKING NO KONFORME · EL SOMBRERO DEL ABUELO · ROBA ESTESA PUPIL·LES
LAS SEXPEARES · PERIFERIA NORTE ESCENARIO VIÑA DUB DJ VADIM ft LASAI · GREENLIGHT SOUND SYSTEM
ft MACKY BANTON · NUMESA RECORDINGS · SOUTH VIBES · ROOTS SELECTOR
ESCENARIO VIÑA CLON BRI BRI BLI BLI (Tributo Extremadura)

Fuente: Músicaquintanar!. “Viñarock 2019. Cartel por días”.

CHAPTER XIV: THE SPIRITS ARE HERE

RESURRECTION FEST

3 4 5 6 JULY 2019 Estrella Galicia VIVEIRO SPAIN

ABONOS AGOTADOS
ENTRADAS DE 1 DÍA A LA VENTA
VIERNES 1 MARZO

THURSDAY 4 MAIN STAGE SATURDAY 6

SLAYER FINAL SHOW IN SPAIN
Slipknot
King & Diamond

Partial Hurd
ARCH ENEMY
WITHIN TEMPTATION
GOJIRA
TRIVIUM
lamb of god

CRYSTAL LAKE
 TRALLERY MISIVA
WHILE SHE SLEEPS
 CANE HILL
 BROTHERS TILL WE DIE
ALIEN WEAPONRY
 CELTIBEERIAN STRIKEBACK

— RITUAL STAGE —

БАТЮШКА **POWER TRIP** **AVATAR** **TESTAMENT** **CRISIS**

LEO JIMENEZ
 ALTARAGE
 KAUSE 4 KONFLIKT
 MELTDOWN LOSTREGOS
 WORMED
 SERRABULHO
 CHILDRAIN CATHEXIA
 MEGARA
 MISERY INDEX
 VHALDEMAR
 TALESIEN
 PERPETUAL NIGHT

— CHAOS STAGE —

ADICKS **TERROR** **MILLENCOLIN** **CONVERGE** **BERRI TXARRAK** **BRITNEY**

MISCONDUCT
 HIGHER POWER
 KITAI MAIN LINE 10
 CATORCE CONTROL DE PLAGAS
 VENOM PRISON
 BIRDS IN ROW
 MUTE THE BLACK PANTHYS PARTY
 JUST AVIDA DOLLARS
 BRUTALITY WILL PREVAIL
 ERASO!
 CLOSE TO THE SKY
 LESS FORTUNATE SONGS MORGEN

— DESERT STAGE —

Brant Bjork **TOUNDRA** **RADIO WASTECITY** **THE OCEAN** **CULT of LUNA** **COLOUR HAZE**

ATAVISMO
 CRÓ CABOVERDE
 ELECTRIC MONOLITH VOLTAIA
 CABEZA DE CABALLO
 THE BLACK WIZARDS
 WET CACTUS
 SANTO ROSTRO NEILA
 MOURA DAGLA
 TROUBLED HORSE
 COBRA
 MISS LAVA SYBERIA
 BONES OF MINERVA CORDURA

— WARM-UP PARTY WEDNESDAY 3 —

THE PLEASANT **IGNITE** **MUNICIPAL WASTE** **BUY TOMORROW**

DEVIL IN ME
 ARCHIVO ADXUNTO BACK IN TOWN BANDERA NEGRA DJs

Excmo. Concello de VIVEIRO **MONSTER ENERGY**

INFO Y ENTRADAS DISPONIBLES EN **RESURRECTIONFEST.ES**

RESURRECTION FEST PLUGGO XUNTA DE GALICIA AGADIC GALICIA FEST Thunder Strike Jose Nuevo GALICIA radio 3 ROCKZONE estudios G RAFABASA.COM

Fuente: Resurrectionfest. “Cartel final por días del resurrection fest estrella Galicia 2019”

Anexo 2:

Cartel del Festival Purple Weekend León 2019.

CLG presenta XXXI edición

PURPLE WEEKEND

4,5,6,7,8 DICIEMBRE LEÓN 2019

Estrella Galicia

HOODOO GURUS (AUS)
PETER PERRET (GBR)
THE STEMS (AUS)
THE JAYBIRDS (AUT)
CARLTON JUMEL SMITH (USA)
THE TRANZMITORS (CAN)
CYANIDE PILLS (GBR)
THE LOONS (USA)
FEATURING 13TH FLOOR ELEVATORS SET
THE THUNDERBEATS (RUS)
LES GRYS GRYS (FRA)
THE BLANK TAPES (USA)
THE JACK CADES (GBR)
MARTA REN (POR)
LOS RETROVISORES (ESP)
LOS TORONTOS (ESP)
THE ROSALYNS (USA)
IAN KAY (FRA)
BIFANNAH (ESP)
ALLRIGHTERS (ESP)
DANIEL Mc GEEVER (ESC)
GALILEO 7 (GBR)

• CONCIERTOS • ALLNIGHTERS • ALLDAYERS • SCOOTER RUN • MERCADILLO • EXPOSICIONES •

www.purpleweekendoficial.com

Venta anticipada: ABONO 75 € • Venta taquilla: ABONO 80 €
ESPACIO VÍAS: 15/18 € • STUDIO 54: 15/18 € • PALACIO DE EXPOSICIONES: 28/32 €

PROHIBIDA LA VENTA Y LA ENTRADA A MENORES DE 18 AÑOS.
Estrella Galicia recomienda un consumo responsable.

AYUNTAMIENTO DE LEÓN
SON Estrella Galicia
Junta de Castilla y León

Fuente: Leonocio.es

Anexo 3:

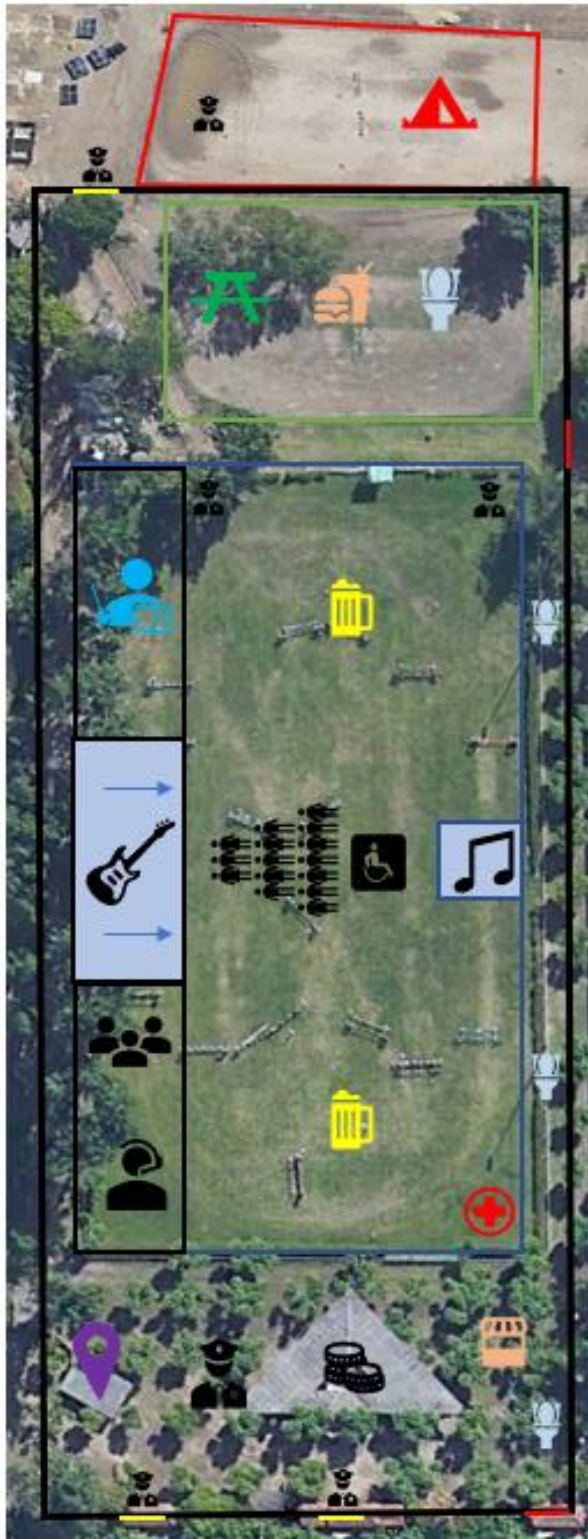
Ejemplo de posible cartel del festival LeónFest.



Fuente: Elaboración Propia.

Anexo 4:



Mapa de distribución de servicios y actividades del festival.



Espacios del festival

-  Límite del recinto.
-  Zona de acampada.
-  Campo de conciertos.
-  Zona de food trucks.
-  Entradas/salidas.
-  Salidas de emergencia.

Servicios y actividades del festival

-  Food trucks.
-  Merenderos.
-  Baños químicos.
-  Barra de bar.
-  Merchandising.
-  Tokens.
-  Punto violeta.
-  Plataforma movilidad reducida.
-  LeónFest-Kids.
-  Seguridad.
-  Asistencia sanitaria.
-  Escenario.
-  Organización.
-  Backstage.
-  Técnicos de sonido y luces.

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 5:

Posibles circunstancias presupuestarias.

Se proponen 3 escenarios, un primer supuesto donde exista un 100% de ventas de entradas y un llenado del aforo del festival. Un segundo escenario en el cual habría un 65% de asistencia y un último escenario considerado fracaso absoluto, donde sólo un 40% de las entradas se han conseguido vender. Por debajo de un 60% de asistencia se considerarían todos los escenarios como fracaso ya que no se cubrirían los gastos de desarrollo del festival.

1º Escenario exitoso (100% de asistencia)		
Concepto	Total	Información
Venta de entradas	52.500,00 €	3500 entradas x 15 € /u
Barra de bebidas	24.000,00 €	Gasto medio de 7 € por persona
Venta de merchandising	4.000,00 €	80 sudaderas x 20 €; 200 camisetas x 8 €; 80 gorras x 10 €.
Valores fijos	19.000,00 €	Subvenciones y patrocinios
Beneficio / Pérdida	99500 - 65050 = 34450 €	

1º Escenario aceptable (65% de asistencia)		
Concepto	Total	Información
Venta de entradas	34.125,00 €	2275 entradas x 15 € /u
Barra de bebidas	15.600,00 €	Gasto medio de 7 € por persona
Venta de merchandising	2.600,00 €	52 sudaderas x 20 €; 130 camisetas x 8 €; 52 gorras x 10 €.
Valores fijos	19.000,00 €	Subvenciones y patrocinios
Beneficio / Pérdida	71325 - 65050 = 6275 €	

1º Escenario de fracaso (40% de asistencia)		
Concepto	Total	Información
Venta de entradas	21.000,00 €	1400 entradas x 15 € /u
Barra de bebidas	9.600,00 €	Gasto medio de 7 € por persona
Venta de merchandising	1.600,00 €	32 sudaderas x 20 €; 80 camisetas x 8 €; 32 gorras x 10 €.
Valores fijos	19.000,00 €	Subvenciones y patrocinios
Beneficio / Pérdida	51200 - 65050 = -13850 €	

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 6:

Diseño de merchandising del LeónFest.



Fuente: Elaboración propia.

Anexo 7:

Encuesta como método de evaluación del proyecto.

LeónFest

Método de valoración del festival de música alternativa Leónfest.

Si has asistido al festival, podrás ayudarnos dándonos tu opinión sobre el evento en las siguientes preguntas, con el fin de mejorar como organización y presentar una mejor experiencia en la siguiente edición de LeónFest.

Teniendo en cuenta tu experiencia completa en el festival, ¿Qué posibilidad tienes de recomendar LeónFest a tus amigos y familiares?

- Mucha
- Alguna
- Poca
- Ninguna

¿Cómo calificarías la organización del evento?

- Muy buena
- Buena
- Aceptable
- Mala
- Muy mala

Respecto a la oferta gastronómica y su variedad, ¿Qué te ha parecido?

- Muy buena
- Buena
- Lo esperado
- Mala
- Muy mala

¿Cómo valoraría la experiencia en el camping de pago? (Responder sólo si se ha hecho uso del mismo).

- 1 2 3 4 5
-

Por favor, indica las 3 cosas que más te gustaron del evento.

Tu respuesta

Por favor, indica 3 cosas que no te gustaron del evento.

Tu respuesta

¿Cumplió el evento con tus expectativas?

- Sí
- No

¿Qué grupos te gustaría que participasen en la siguiente edición de LeónFest?

Tu respuesta

Sugerencias de cara a la siguiente edición:

Tu respuesta

Fuente: Elaboración propia.

