



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN

Grado en Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**Estudio comparado del avance en sostenibilidad de los
festivales musicales.
El caso de Asturias: propuesta de un modelo de organización
sostenible.**

Presentado por Sara Prendes Valdés

Tutelado por Ana Teresa López Pastor

Segovia, 4 de diciembre de 2019



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	4
--------------------------	----------

CAPÍTULO 1 MARCO TEÓRICO

1.1. Turismo y desarrollo sostenible.....	8
1.2. Turismo de eventos	13
1.2.1 Festivales de música	15
1.3. Festivales de música y sostenibilidad	18
1.4. Certificaciones	24

CAPÍTULO 2 ESTADO DE LA CUESTIÓN

2.1.La apuesta internacional por la sostenibilidad	33
2.2. La experiencia europea	36
2.3. El papel del marketing y la comunicación	39

CAPÍTULO 3 MARCO METODOLÓGICO

3.1. Objetivos	42
3.2. Técnicas	42

**CAPÍTULO 4
ANÁLISIS DE CASO**

4.1. Principado de Asturias.....	46
4.1.1. Arriondas.....	49
4.1.2. Aquasella.....	50

**CAPÍTULO 5
PROPUESTA**

5.1. Manual de Sostenibilidad	54
--	-----------

CONCLUSIONES.....	70
--------------------------	-----------

REFERENCIAS.....	72
-------------------------	-----------

Introducción

El ser humano ha venido transformando y generando impactos negativos en el ecosistema que habita en beneficio propio desde sus orígenes, pero en los últimos años el modelo productivo y de consumo dominante está causando cambios disruptivos que modifican las condiciones de vida en la Tierra y que el Parlamento Europeo ya ha declarado “emergencia climática y ecológica”. El turismo es, de entre todas las industrias, una de las más poderosas a nivel global e impacta no solo medioambiental, sino económica y socioculturalmente. Sin embargo, es también particularmente frágil por ser un sector tan vulnerable frente a cambios en el entorno, variaciones en los destinos o accidentes de cualquier tipo. Si afirmamos que el paisaje y los recursos naturales y culturales son la razón de ser del turismo, y que éstos construyen la base para su desarrollo; entenderemos la urgencia de plantear un nuevo modelo más sostenible capaz de frenar la sobreexplotación, degradación y masificación generadas por el imperante turismo de masas.

En las últimas décadas se ha experimentado una fuerte democratización del turismo gracias al *boom* de las aerolíneas *low-cost*, el nacimiento de plataformas como Airbnb, BlaBlaCar y otras facilidades en el transporte, la influencia de las Redes Sociales y hasta la subida de temperaturas que viene alargando los veranos. Tanto es así que ciudades como Venecia ya disponen de tornos que controlen la afluencia de visitantes, Ámsterdam multa a turistas poco cívicos, en París los trabajadores del Louvre protestan por la masificación del museo y se forman colas hasta en el Everest.

Ciertamente, en la gran mayoría de los casos se han ido descubriendo las limitaciones del sector una vez ha sufrido notables daños, causados tanto por los visitantes como por los propios agentes turísticos. Para frenar un desarrollo ya insostenible, se hace necesaria la reacción y acción conjunta de todos los agentes implicados en la actividad: turistas, empresas, gobiernos, ONGs, activistas, y un largo etcétera. Afortunadamente, valores como la ecología, sostenibilidad y preocupación por el medioambiente comienzan a estar a la orden del día tanto a nivel individual como colectivo y empresarial. Y lo hace en todas las tipologías turísticas, conscientes de todos los efectos de las acciones humanas: “incluso lo que hoy en día se conoce como turismo verde, turismo alternativo,

turismo rural... tiene un impacto que no deber ser menospreciado” (Organización Mundial del Turismo, 1998, p. 244).

Hay quien califica el término “turismo sostenible” de oxímoron al no ver más que un modelo de negocio únicamente centrado en las masas y el beneficio económico. Sin embargo, también puede ayudar a justificar la conservación: si los turistas pierden interés por lugares “machacados”, los distintos destinos y gobiernos deberán cooperar y esforzarse por mantener su atractivo y que la rueda siga girando de una manera más respetuosa. Efectivamente, se trata de un cambio de paradigma radical, pero no imposible. De hecho, ya existen experiencias exitosas. Está en la conciencia y responsabilidad de todos continuar transformando la realidad actual para conseguir un futuro verdaderamente sostenible.

El presente trabajo tratará, entonces, sobre la importancia de romper con prácticas turísticas que impactan de forma negativa en el medioambiente, centrándose en el turismo de eventos y, más concretamente, en el de festivales de música. Gracias al análisis teórico y del estado del sector, desde un primer punto de vista general hacia el más específico, se establecerán una serie de propuestas que demuestren la viabilidad de un modelo macrofestivalero sostenible, centrándose en el caso del asturiano Aquasella.

CAPÍTULO 1:
MARCO TEÓRICO

1.1. Turismo y desarrollo sostenible

La preocupación por el medio ambiente a nivel global comenzó a crecer a partir de la década de los 70, a la par que el turismo se iba haciendo un hueco entre las actividades socioeconómicas más importantes. Fue por ello que fueron surgiendo distintos acuerdos, conferencias y códigos internacionales enfocados a la sostenibilidad. El informe Brundtland (1987)¹, por ejemplo, elaborado por distintas naciones para la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y el Desarrollo, introdujo el concepto de “desarrollo sostenible” que plantea que el crecimiento económico no está reñido con el cuidado del medio ambiente.

El modelo turístico tradicional ha sido siempre muy agresivo con su entorno, provocando severos cambios y daños en el medio. Por este motivo, y reforzado por una creciente sensibilización social, se hicieron necesarios nuevos enfoques que redujeran impactos negativos, proyectaran la actividad hacia un desarrollo más sustentable y a la vez aportaran soluciones viables a largo plazo.

Entendiéndose el turismo como todas aquellas “actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros” (OMT, 1994); se hace evidente el inmenso alcance de un sector que debe dejar de regirse por un modelo ya obsoleto y dañino. Un desarrollo turístico sostenible es, por tanto, aquel que, sin abandonar sus pretensiones de crecer económico, atiende las necesidades tanto del turista como de la región en que se desarrolle la actividad, sin que ello suponga descuidar el futuro de su integridad medioambiental y sus aspectos ecológicos, estéticos y culturales esenciales. Este desarrollo sostenible del turismo va, por tanto, mucho más allá de la ecología e implica necesariamente seguir otros criterios socioculturales y económicos. Según la OMT (2004), las prácticas de esta gestión son aplicables a todos los tipos de turismo y destinos, e implica:

- a) Optimizar los recursos medioambientales manteniendo y ayudando a conservar la diversidad biológica.

¹ Originalmente llamado *Our Common Future* (Nuestro Futuro Común), planteaba la gran problemática de un modelo de negocio únicamente basado en el crecimiento y la necesidad de equilibrar lo social con lo natural.

- b) Respetar la autenticidad sociocultural de las distintas comunidades y conservar su cultura, arquitectura, tradición, etc.
- c) Contribuir al entendimiento y tolerancia intercultural.
- d) Valorar la viabilidad a largo plazo de las distintas actividades y asegurar sus beneficios socioeconómicos bien distribuidos entre todos los agentes implicados y las comunidades.
- e) Afianzar la participación informada de todos los agentes relevantes, así como la intervención del poder político en busca de consenso, colaboración, seguimiento e introducción de las medidas pertinentes.
- f) Aportar satisfacción al turista, creando experiencias significativas que le ayuden a ser más consciente de la realidad medioambiental y, en consecuencia, practique y fomente activamente el turismo sostenible.

El largo plazo es una de las máximas del desarrollo sustentable. Entra en juego entonces el concepto de “capacidad de carga”, introducido hace varias décadas con la intención de definir el máximo impacto que el entorno puede soportar en términos de volumen o intensidad del desarrollo turístico o, dicho de otro modo, algunos límites que la industria turística no debería exceder. Mathieson y Wall (1982), por ejemplo, definieron el término como el máximo número de visitantes que pueden utilizar un emplazamiento sin provocar una inaceptable alteración del medio y sin reducir la calidad de su experiencia. Siguiendo esta línea, O’Reilly (1986) estableció dos rutas de investigación relativas a los impactos negativos de la actividad turística: la primera tiene que ver con la capacidad de un destino para continuar acogiendo a turistas antes de que los daños sean percibidos por sus receptores; y la segunda, con que los propios turistas no busquen destinos alternativos porque un primero haya perdido su capacidad de atraerlos y satisfacerlos. Ambos enfoques deben ser complementarios, es decir, entra en juego una doble perspectiva en la que tanto la comunidad receptora como la visitante deben verse beneficiadas (o, al menos, no perjudicadas). Otros autores se han centrado en diferentes aspectos de la capacidad de carga y la han diferenciado en categorías como pueden ser la ecológica, económica o perceptual.

Para determinar los límites de los distintos destinos, existen indicadores cuyo objetivo es la identificación de variables que midan la situación de cada lugar, de tal forma que la actividad turística pueda adaptarse a sus necesidades. Pueden distinguirse dos

grandes grupos: los indicadores simples y los índices o indicadores complejos, que se diferencian fundamentalmente en función de la menor o mayor elaboración de la información contenida en cada indicador. A partir de ellos, se emplean los sistemas de indicadores, que recopilan e interpretan de manera conjunta los resultados de numerosos indicadores, obteniendo un análisis más acertado. En Europa, por ejemplo, se puso en marcha en 2013 el Sistema Europeo de Indicadores Turísticos (SEIT o ETIS). Se trata de una herramienta basada en 43 indicadores básicos y otros opcionales que los destinos pueden aplicar para lograr su autoevaluación a través de la recopilación de datos, observación y análisis de los resultados que estos les aportan. Divididos en cuatro grandes categorías (gestión de destinos, incidencia social y cultural, valor económico e impacto ambiental), este sistema de indicadores (figuras 1, 2, 3 y 4) se compone principalmente de:

Sección A: Gestión de destinos		
Criterios	N.º de referencia del indicador	Indicadores básicos del ETIS
A.1 Política pública de turismo sostenible	A.1.1	Porcentaje de empresas o establecimientos turísticos en el lugar de destino que utilizan una certificación voluntaria/etiquetado de medio ambiente/calidad/sostenibilidad o responsabilidad social de las empresas
A.2 Satisfacción del cliente	A.2.1	Porcentaje de turistas y visitantes de un día de duración que se sienten satisfechos con su experiencia general en el lugar de destino
	A.2.2	Porcentaje de visitantes que repiten o regresan a un destino (en un plazo de cinco años)

Figura 1. Indicadores básicos de la gestión de destinos. Fuente: Comisión Europea (2016).

Sección B: Valor económico		
Criterios	N.º de referencia del indicador	Indicadores básicos del ETIS
B.1 Flujo turístico (volumen y valor) en el destino	B.1.1	Número de pernoctaciones turísticas por mes
	B.1.2	Número de visitas de un día de duración por mes
	B.1.3	Contribución relativa del turismo a la economía del destino turístico en cuestión (porcentaje del producto interior bruto)
	B.1.4	Gasto diario por turista que pernocta
	B.1.5	Gasto diario de los visitantes que realizan visitas de un día de duración
B.2 Rendimiento de la(s) empresa(s) turística(s)	B.2.1	Duración media de la estancia de los turistas (noches)
	B.2.2	Índice de ocupación en alojamientos comerciales por mes y promedio del ejercicio
B.3 Cantidad y calidad del empleo	B.3.1	Empleo directo del sector turístico como porcentaje del empleo total del destino
	B.3.2	Porcentaje de puestos de trabajo en el sector turístico que son estacionales
B.4 Cadena de suministro del sector turístico	B.4.1	Porcentaje de alimentos, bebidas, productos y servicios de producción local adquiridos por las empresas turísticas del destino

Figura 2. Indicadores básicos del valor económico. Fuente: Comisión Europea (2016).

Sección C: Impacto social y cultural		
Criterios	N.º de referencia del indicador	Indicadores básicos del ETIS
C.1 Impacto social/comunitario	C.1.1	Número de turistas o visitantes por 100 habitantes
	C.1.2	Porcentaje de residentes que están satisfechos con el turismo que recibe el destino (por mes/temporada)
	C.1.3	Número de camas disponibles en los establecimientos de alojamiento comercial por cada 100 habitantes
	C.1.4	Número de segundas residencias por cada 100 viviendas
C.2 Salud y seguridad	C.2.1	Porcentaje de turistas que presentan una denuncia ante la policía
C.3 Igualdad de género	C.3.1	Porcentaje de hombres y mujeres empleados en el sector del turismo
	C.3.2	Porcentaje de empresas turísticas cuya dirección general está en manos de una mujer
C.4 Inclusión y accesibilidad	C.4.1	Porcentaje de habitaciones en establecimientos de alojamiento comercial accesibles para las personas con discapacidad
	C.4.2	Porcentaje de establecimientos de alojamiento comercial que participan en programas oficiales de información sobre accesibilidad
	C.4.3	Porcentaje del transporte público que es accesible a las personas con discapacidad y con necesidades específicas de accesibilidad
	C.4.4	Porcentaje de lugares de interés turístico que son accesibles para las personas con discapacidad o que participan en programas oficiales de información sobre accesibilidad
C.5 Protección y valorización del patrimonio cultural, la identidad y los activos	C.5.1	Porcentaje de residentes que están satisfechos con la repercusión que tiene el turismo en la identidad del destino
	C.5.2	Porcentaje de los eventos celebrados en el destino que se centran en la cultura y el patrimonio tradicional/local

Figura 3. Indicadores básicos del impacto social y cultural. Fuente: Comisión Europea (2016).

Sección D: Impacto ambiental		
Criterios	N.º de referencia del indicador	Indicadores básicos del ETIS
D.1 Reducción de la incidencia del transporte	D.1.1	Porcentaje de turistas y visitantes de un día que utilizan los distintos modos de transporte para llegar a su destino
	D.1.2	Porcentaje de turistas y visitantes de un día que utilizan servicios de transporte locales, de movilidad blanda o públicos para desplazarse al destino
	D.1.3	Distancia media (kilómetros) recorrida por los turistas y visitantes de un día desde su domicilio hasta el destino
	D.1.4	Huella de carbono media de los turistas y visitantes de un día que viajan desde su domicilio hasta el destino
D.2 Cambio climático	D.2.1	Porcentaje de empresas turísticas que participan en programas de mitigación del cambio climático, tales como compensación de emisiones de dióxido de carbono, sistemas de bajo consumo de energía, etc., y en respuestas y medidas de «adaptación»
	D.2.2	Porcentaje de alojamientos turísticos y de infraestructura de atracción situados en «zonas vulnerables»
D.3 Gestión de residuos sólidos	D.3.1	Generación de residuos por cada pernoctación de un turista en comparación con la generación de residuos por persona de la población general (kilogramos)
	D.3.2	Porcentaje de empresas turísticas que separan los distintos tipos de residuos
	D.3.3	Porcentaje del total de residuos reciclados por turista en comparación con el volumen total de residuos reciclados por habitante al año
D.4 Depuración de aguas residuales	D.4.1	Porcentaje de aguas residuales del propio destino tratadas para al menos un nivel secundario antes del vertido
D.5 Gestión del agua	D.5.1	Consumo de agua por cada pernoctación de un turista en comparación con el consumo de agua por cada noche de un residente
	D.5.2	Porcentaje de empresas turísticas que adoptan medidas para reducir el consumo de agua
	D.5.3	Porcentaje de empresas turísticas que utilizan agua reciclada
D.6 Consumo de energía	D.6.1	Consumo de energía por cada pernoctación de un turista en comparación con el consumo de energía de la población general por cada noche de un residente
	D.6.2	Porcentaje de empresas turísticas que adoptan medidas para reducir el consumo de energía
	D.6.3	Porcentaje del importe anual de la energía consumida procedente de fuentes renovables (megavatios por hora) en comparación con el consumo total de energía a nivel de destino por año
D.7 Protección de la biodiversidad y del paisaje	D.7.1	Porcentaje de empresas locales del sector turístico que apoyan activamente la protección, conservación y gestión de la biodiversidad y del paisaje locales

Figura 4. Indicadores básicos del impacto ambiental. Fuente: Comisión Europea (2016).

Todos estos criterios fundamentales junto con los otros muchos opcionales, resultan verdaderamente útiles para llevar a cabo un necesario control y seguimiento de la gestión sostenible de los distintos destinos; siendo también extrapolables a otros ámbitos específicos del sector como los eventos o, más concretamente, del turismo de festivales musicales que es la razón de ser del presente trabajo.

1.2. Turismo de eventos

El sector de las reuniones o eventos es un modelo turístico relativamente nuevo que, a pesar de no haberse consolidado en España hasta la década de los 90, constituye actualmente un importante y beneficioso mercado.

Existen numerosas definiciones que tratan de contener su amplio ámbito de actuación. González Reverté y Morales Pérez (2009), por ejemplo, lo definen sencillamente como el conjunto de estrategias o iniciativas que buscan el desarrollo turístico de un destino a través de la organización de eventos. Efectivamente, cada vez son más las ciudades que apuestan por consolidar este tipo de turismo creando infraestructuras adecuadas que lo propicien y generando interés a través de herramientas de comunicación, marketing y promoción de destinos. No obstante, es importante recalcar que no en todos los casos se busca un crecimiento turístico, sino que la elección del lugar en que se llevará a cabo el evento atiende a otras razones. En su Informe Global sobre la Industria de Reuniones, la OMT, Reed Travel Exhibitions, ICCA y MPI (2014) delimitan algo más el término definiendo “reunión” como aquellos encuentros de grupos de diez o más participantes que tienen lugar en un espacio contratado durante un mínimo de cuatro horas y cuyo objetivo es llevar a cabo una actividad determinada. Clasificándolas en (1) convenciones, (2) conferencias, (3) congresos, (4) ferias comerciales y exposiciones, (5) reuniones empresariales y de negocios y (6) otras reuniones, agregaron una serie de “puntos positivos” de esta industria:

- Las reuniones juegan un gran papel de apoyo a otros negocios y sectores empresariales.
- Favorecen inversiones, comercio, comunicaciones y tecnología.
- Representan la “gama alta” en cuanto a gastos de los turistas.
- Llevan desarrollo profesional y formación a comunidades locales creando trabajo y reteniendo mano de obra.
- Son un sector “limpio” que promueve la calidad ambiental.
- Crean y difunden conocimientos.
- Atraen a expertos mundiales.
- Perfilan las comunidades.

- Contribuyen a la comprensión y la cooperación mundiales.

También existen otros criterios interesantes de clasificación que pueden estructurar los distintos eventos según, por ejemplo, su ámbito geográfico, tipo de público, tipo de organización, etc.

A pesar la amplitud del fenómeno de los eventos generada por su “inter-, multi-, y pluri- disciplinarietà” (Pérez Díaz & Pérez Escobar, 2014), la relevancia del sector está clara y su alcance a nivel mundial permite prever un continuado y exitoso crecimiento, no solamente para las reuniones, sino para todos los demás agentes con los que crea sinergias. Concretamente en España, las cifras revelan que así será: según el Ranking ICCA (International Congress and Convention Association) 2019, es el tercer país que más congresos organiza, solo detrás de Estados Unidos y Alemania; situándose Madrid y Barcelona entre los cinco mejores destinos mundiales que acogen este tipo de turismo. El sector ha crecido en un 63% desde año 2013 y supera ya los cuatro millones de visitantes anuales, consolidándose como el perfecto complemento al tan aclamado sol y playa gracias también a su no-estacionalidad (Hosteltur, 2019).

Si bien se ha venido tratando de una forma generalizada el sector de los eventos, cabe especificar que en España una de las celebraciones más exitosas son los festivales de música. Suelen ser acontecimientos multitudinarios con capacidad de acoger a miles de espectadores y que cada año atraen importantes flujos turísticos. VenuesPlace (2018), un buscador de espacios para eventos tanto corporativos como sociales, reafirmando esta previsión de crecimiento para el sector, diagnosticó una serie de tendencias relacionadas con el tema que nos ocupa, como:

- El aumento de la demanda de espacios sorprendentes y originales que aporten valor añadido al evento.
- La creciente presencia de los más jóvenes (Millennials y Generación Z), así como la importancia de las Redes Sociales que tanto usan.
- La importancia y creciente demanda de una mayor sostenibilidad.
- El gran potencial de los “eventos experiencia” en los que los asistentes se sientan más partícipes.
- La necesidad de una buena ubicación y accesibilidad.

- La creciente demanda de eventos multi-servicios en los que los asistentes vean cubiertas todas sus necesidades.
- La inclusión por todas las “filosofías dietéticas” y la correspondiente ampliación de opciones aptos para todos los paladares, intolerancias o alergias, particularidades de determinadas religiones, etc.
- El gran protagonismo de la tecnología y el mundo digital.

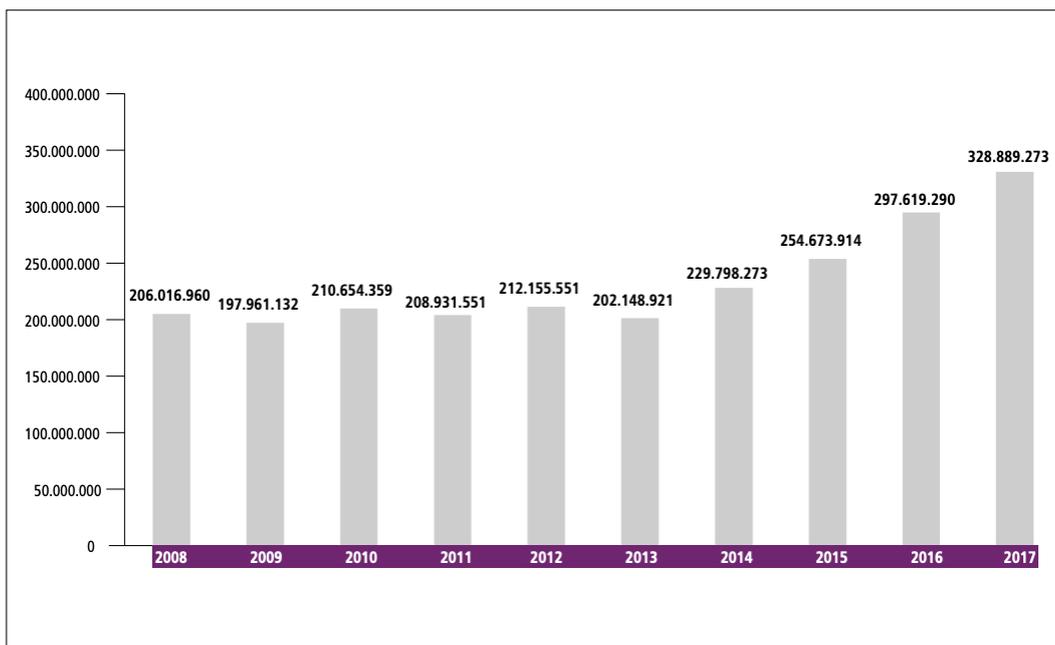
1.2.1. Festivales de música

La música en vivo tiene un fuerte impacto económico y social en España y se ha transformado en los últimos años en un considerable motor para la industria turística. Este tipo de eventos funcionan como importantes impulsores de dicha actividad, gracias a que su existencia implica la realización de otras actividades turísticas complementarias y un gran segmento de la población elige su destino en función de la oferta de festivales. Es decir, son parte de una experiencia mayor que genera nuevos flujos turísticos, dinamiza la actividad comercial y hostelera, incrementa la ocupación de alojamientos, etc. a la par que satisface las nuevas necesidades culturales y recreativas de los asistentes. Por todo ello, son cada vez más los destinos que buscan sumarse a esta tendencia: Barcelona acogiendo al DGTL, Primavera Sound o Sónar, Bilbao y su BBK Live, Madrid el Mad Cool, Aranda de Duero el Sonorama y Benicàssim y su Festival Internacional (FIB), son solo algunos de los nombres más conocidos. La Asociación de Promotores Musicales (APM) ha elaborado en su Décimo Anuario de la Música en Vivo 2019 un ilustrativo ranking con los 25 mejores macrofestivales a nivel nacional (figura 5). Para su elaboración, ha tenido en cuenta aquellos eventos celebrados entre el 1 de enero y 31 de diciembre de 2018 en España, con un período de ejecución de hasta 10 días consecutivos y que acogieran variedad de artistas en un mismo evento, que fueran de pago y contabilizando los artistas publicados en los carteles oficiales de cada festival; excluyendo eventos privados, exclusivos para fans o conciertos previstos en las versiones Pro de un mismo festival (APM, 2019):

FESTIVAL	COMUNIDAD	ESPECTADORES	CANTIDAD	CIUDAD	DURACIÓN
ARENAL SOUND	C. VALENCIANA	300.000	98 CONCIERTOS	BURRIANA	6 DÍAS
MEDUSA SUNBEACH FESTIVAL	C. VALENCIANA	300.000	169 CONCIERTOS	CULLERA	6 DÍAS
MAD COOL	MADRID	240.000	143 CONCIERTOS	MADRID	3 DÍAS
PRIMAVERA SOUND	CATALUÑA	220.000	261 CONCIERTOS	BARCELONA	4 DÍAS
VIÑA ROCK	C. LA MANCHA	210.000	123 CONCIERTOS	VILLARROBLEDO	3 DÍAS
ROTOTOM SUNSPASH	C. VALENCIANA	208.000	247 CONCIERTOS	BENICÀSSIM	7 DÍAS
FIB	C. VALENCIANA	170.000	136 CONCIERTOS	BENICÀSSIM	4 DÍAS
DREAMBEACH	ANDALUCÍA	165.000	112 CONCIERTOS	CUEVAS DEL ALMANZORA	5 DÍAS
WEEKEND BEACH FESTIVAL	ANDALUCÍA	140.000	91 CONCIERTOS	TORRE DEL MAR	4 DÍAS
SÓNAR	CATALUÑA	126.000	138 CONCIERTOS	BARCELONA	3 DÍAS
BBK LIVE	PAÍS VASCO	120.000	96 CONCIERTOS	BILBAO	3 DÍAS
CABO DE PLATA	ANDALUCÍA	115.000	45 CONCIERTOS	BARBATE	3 DÍAS
DOWNLOAD FESTIVAL	MADRID	105.500	55 CONCIERTOS	MADRID	3 DÍAS
SONORAMA RIBERA	CASTILLA Y LEÓN	100.000	204 CONCIERTOS	ARANDA DE DUERO	5 DÍAS
O SON DO CAMIÑO	GALICIA	84.000	36 CONCIERTOS	SANTIAGO DE COMPOSTELA	3 DÍAS
LOW FESTIVAL	C. VALENCIANA	83.000	107 CONCIERTOS	BENIDORM	3 DÍAS
RESURRECTION FEST	GALICIA	81.350	100 CONCIERTOS	VIVEIRO	4 DÍAS
A SUMMER STORY	MADRID	80.000	62 CONCIERTOS	ARGANDA DEL REY	2 DÍAS
WARM UP	MURCIA	70.000	60 CONCIERTOS	MURCIA	2 DÍAS
LOS ÁLAMOS BEACH FESTIVAL	ANDALUCÍA	70.000	83 CONCIERTOS	ESTEPONA	4 DÍAS
FESTIVAL CRUÏLLA	CATALUÑA	67.000	42 CONCIERTOS	BARCELONA	3 DÍAS
LEYENDAS DEL ROCK	C. VALENCIANA	65.000	60 CONCIERTOS	VILLENA	4 DÍAS
MARENOSTRUM XPERIENCE	C. VALENCIANA	61.000	30 CONCIERTOS	VALENCIA	2 DÍAS
GRANADA SOUND	ANDALUCÍA	50.000	46 CONCIERTOS	GRANADA	2 DÍAS
FESTIVAL DE LES ARTS	C. VALENCIANA	42.000	30 CONCIERTOS	VALENCIA	2 DÍAS

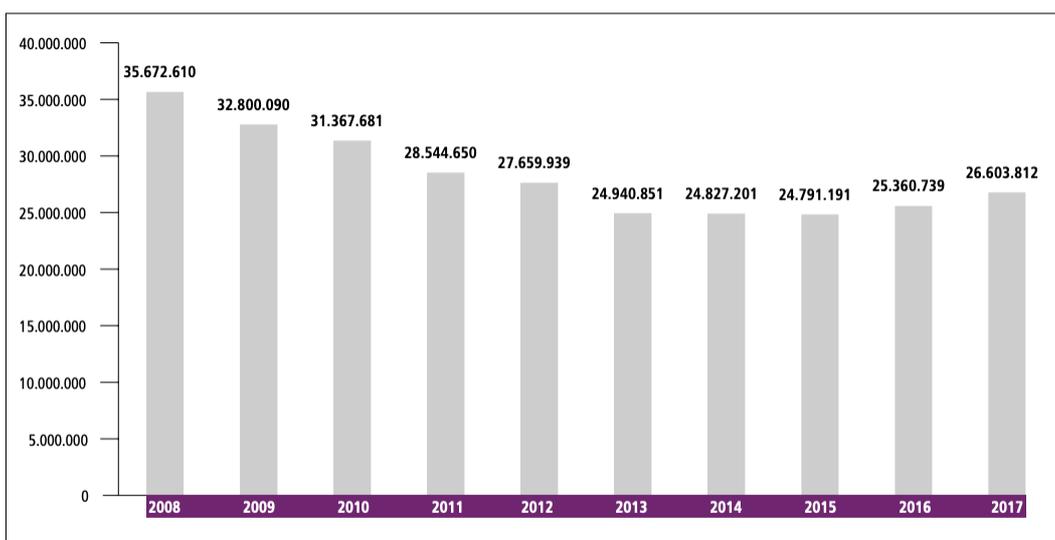
Figura 5. Top 25 macrofestivales. Fuente: APM (2019).

A pesar de que la motivación de este tipo de desplazamientos no es una práctica nueva, sí se ha venido acentuando en los últimos años, hasta situarse España como el segundo país que más turistas de esta categoría atrae, solo por detrás de Reino Unido y antes que Estados Unidos (Hosteltur, 2019). Podría decirse que el gran salto se produjo en 2016, cuando el mercado festivalero creció un 15% respecto al año anterior y gracias al que ganó más de 400.000 asistentes y parece que la balanza actual sigue inclinándose más hacia los macroeventos: un 50% del público prefiere un gran festival antes que conciertos de un solo artista (El Confidencial, 2018). De acuerdo con el previamente mencionado anuario de la APM, solamente el pasado año la industria musical de nuestro país facturó la significativa cantidad de 333,9 millones de euros, suponiendo un aumento del 24,1% respecto al año anterior y logrando un record histórico. Tras superar la lógica bajada que los años de crisis económica acarrearón, los nuevos datos responden a una recuperación del sector también ayudada por la bajada en el IVA cultural de 2017, así como por una notable mejora en la calidad de la agenda musical. Sin embargo, y aunque el crecimiento se mantiene progresivo, cabe destacar algunos datos que muestran que, debido a un encarecimiento en la venta de entradas, se ha venido produciendo una leve disminución en la asistencia; no implicando ello una reducción en la recaudación (figuras 6 y 7).



Nota: incluye los datos de conciertos y macrofestivales.
 Unidad: euros.

Figura 6. Recaudación de música popular en vivo de 2008 a 2017. Fuente: SGAE (2018).



Nota: incluye los datos de conciertos y macrofestivales.
 Unidad: individuos.

Figura 7. Espectadores de música popular en vivo de 2008 a 2017. Fuente: SGAE (2018)

Como apunte, cabría señalar en este sentido que, si bien es legítima la maximización de beneficios, no debería implicar la reducción de gastos por parte de las organizaciones en detrimento de la calidad del evento, la seguridad de los asistentes o el cuidado del entorno. La música fomenta la cohesión social, impulsa el desarrollo artístico y aporta grandes beneficios en todos los sentidos. Esto quiere decir que interesa no solo mantener sino

seguir impulsando el negocio que ha sido la mina de oro de la última década de nuestro país, y además hacerlo tomando un camino más sostenible.

1.3. Festivales de música y sostenibilidad

Albert Salmerón (2018), presidente de APM y director de Producciones Animadas, acertó a señalar en una charla de diagnóstico, crecimiento y perspectiva de los festivales, que “no son solo música” sosteniendo que deben enfrentarse a nuevos retos y tomarse medidas urgentes respecto a la sostenibilidad con su entorno y el medio ambiente. Quizás la industria musical no sea la más potente de todas, pero no por ello su huella es menos perjudicial. No solamente por asuntos primeramente más visibles como la gestión de residuos, sino por temas igual de trascendentes como la contaminación acústica y lumínica o de aguas, emisiones de carbono, etc.; y de ahí la necesidad de aplicar políticas de empresa ecológicas y regenerativas en un ámbito más global.

El análisis y medición de estos impactos es, por tanto, clave para la toma de decisiones en la organización. Hasta ahora, estos estudios prácticamente se han limitado a asociar el éxito de los festivales con datos financieros, contabilización de asistentes o impacto económico generado en la localidad en cuestión. Dicho de otro modo, se han ceñido a los resultados objetivos y tangibles sin tener tan en cuenta la salud integral del evento. Variables como la cohesión social, enriquecimiento personal, el cuidado del entorno, la experiencia o calidad artístico-creativa son las que, al fin y al cabo, mejor aseguran el éxito de un festival a largo plazo y, por tanto, no deben ser menospreciadas. En este sentido, autores como Driver, Brown y Peterson (1991), remarcaron la importancia de medir el éxito del ocio más allá de resultados económicos precisamente teniendo en cuenta esos valores psicológicos, sociológicos, medioambientales y de la salud. Aunque ciertamente puedan parecer más difíciles de medir, existen herramientas como la Event Experience Scale o EES (2015), que proporcionan datos cualitativos en torno a la experiencia de los asistentes además de ayudar a la determinación de los indicadores adecuados que permitan una reflexión más precisa sobre las ventajas e inconvenientes generados por el festival. Ya que uno de los objetivos principales de la

organización de estos eventos es que sus asistentes disfruten de una experiencia positiva, entender sus percepciones y qué aspectos valoran más es fundamental para realizar este tipo de investigaciones. La EES entiende la experiencia como la interacción entre los individuos y el entorno del evento tanto en el ámbito físico como social, que varía en función de su nivel de participación o compromiso e implica múltiples elementos personales (como satisfacción, emociones, recuerdos o aprendizaje), y que puede suceder en cualquier momento a lo largo del evento (Richards y Toepoel, 2015). En definitiva, trata de conceptualizar en la medida de lo posible todos esos elementos subjetivos y con ello, facilitar el posterior debate acerca de posibles cambios en las organizaciones y políticas empresariales.

Todo ello, no quiere decir que la búsqueda del beneficio económico deba ser relegada, sino integrada en una evaluación completa que englobe los diversos criterios de medición: un nuevo formato macrofestivalero pide regirse por nuevas reglas que satisfagan sus necesidades. El cambio de valores que la sociedad actual está experimentando implica necesariamente una modificación en su estilo de vida. Y en este sentido radica la clave de la sostenibilidad: el impacto económico de un festival no deja de ser relevante, pero viene cada vez más acompañado por un florecimiento artístico, sociocultural y, sobre todo, humano.

Al hilo de esto, en una de las mesas redondas organizadas por Fitur (2019), los responsables de turismo de varias ciudades expresaron, entre otras cosas, su preocupación por la gestión de residuos y aludieron constantemente a la importancia – y urgencia – de la toma de decisiones más sostenibles, apostando por la creación de “ecosistemas musicales” ⁽²⁾ que permitan el natural desarrollo de esta industria respetando la sostenibilidad. También son ya muchas las entidades que están profundamente concienciadas o que se dedican únicamente a estas estrategias verdes y que serán tratadas más adelante en este trabajo. Su fundamental razón de ser es guiar y/o evaluar, en mayor o menor medida, a las organizaciones de los festivales en los distintos ámbitos de actuación sostenible como pueden ser la gestión de residuos, compensación de emisiones, reducción o eliminación de productos plásticos, etc. Un ejemplo de estrategias básicas sostenibles es la infografía presentada por Ephymera Sostenibilidad, una de las empresas

² FITUR (2019). Joan Torrella (Barcelona), Miguel Sanz (Madrid Destino), Mercedes Menor (Turismo Villena) & Juan Manuel Guimerans (Ayuntamiento Valladolid).

responsables de la organización del DCODE Festival y que prácticamente cualquier festival de música puede – y debe – aplicar (figura 8):



Figura 8. Infografía sobre sostenibilidad en festivales. Fuente: APM (2014).

Otros festivales en España que trabajan por ser sostenibles como Paraíso (figuras 9 y 10), DGTL Barcelona (figura 11), Primavera Sound (figura 12) o Rototom Sunsplash (figura 13), también se esfuerzan por comunicarlo a través de sus Redes Sociales y páginas web; ya sea a modo de recomendaciones o normas de conducta, publicaciones informativas o declaraciones de compromiso ambiental. De esta forma, van reforzando también su identidad de marca como festivales preocupados por el medioambiente y el desarrollo sostenible, posicionándose como tal en la mente de sus consumidores reales y potenciales.



Figuras 9 y 10. Gráficas para Redes Sociales del festival Paraíso. Fuente: Facebook (2019).

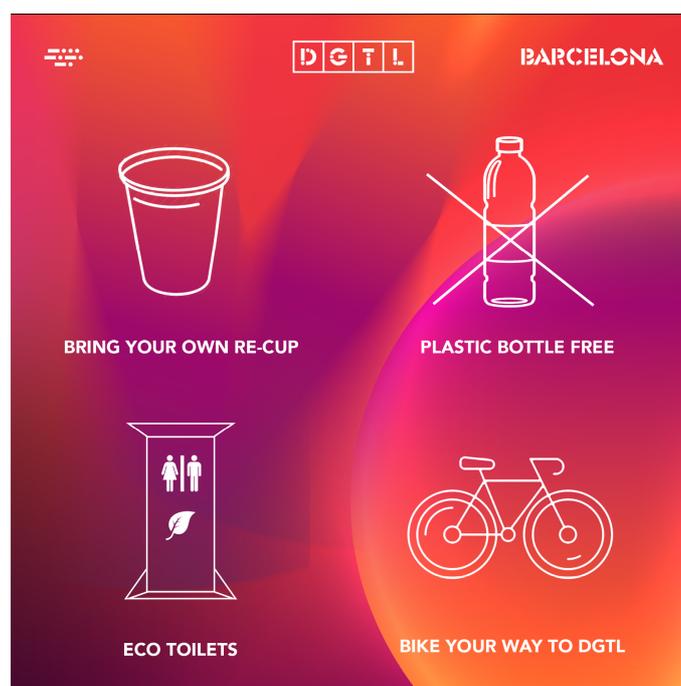


Figura 11. Gráfica para Redes Sociales de DGTL Barcelona. Fuente: Facebook (2019).

PRIMAVERA SOUND		
\ ACCIONES DE SOSTENIBILIDAD	\ ACCIONES DE SOSTENIBILIDAD	\ ACCIONES DE SOSTENIBILIDAD
\ DECLARACIÓN DE POLÍTICA AMBIENTAL	\ DECLARACIÓN DE POLÍTICA AMBIENTAL	\ DECLARACIÓN DE POLÍTICA AMBIENTAL
\ QUÉ PUEDES HACER TÚ	\ QUÉ PUEDES HACER TÚ	\ QUÉ PUEDES HACER TÚ

Figura 12. Compromiso ambiental de Primavera Sound recogido en su página web oficial: <https://www.primaverasound.com/es/barcelona/environmental-commitment-primavera-sound-barcelona>



Figura 13. Publicación para Facebook del festival Rototom Sunsplash sobre la manifestación por el clima organizada la pasada edición. Fuente: Facebook (2019).

Al hilo de todo esto y más adelante se tratará la importancia del marketing y la comunicación en este ámbito. Las Redes Sociales, sobre todo, resultan ser herramientas especialmente útiles para las organizaciones, que actualmente pueden gestionar prácticamente todo a través de ellas, bien sea pre- o post- festival. De las estrategias anteriormente presentadas, podría decirse que son más útiles las publicaciones en Facebook, Instagram o Twitter, básicamente por el hecho de que la información llega de forma más directa a sus seguidores, mientras que para estar actualizado con las novedades en las páginas web, debe ser el usuario quien las busque. Es decir, las Redes Sociales son la forma más rápida, visual y sencilla de mantener a los festivaleros y seguidores de los eventos informados.

Por suerte, el punto de mira no se sitúa únicamente a nivel organizacional sino también al individual. Según el estudio “State of Play” de Ticketmaster (2019)³ realizado en Reino Unido, la preocupación por el medioambiente aumenta entre los festivaleros que, al fin y al cabo, son otra de las grandes prioridades de los organizadores. Y siendo ellos los primeros en demandar sostenibilidad y espacios *environmentally friendly*, la estrategia empresarial tendrá que cambiar en cuanto ellos basen su decisión de compra en función de estas políticas. Aunque para los festivales pueda significar una mera estrategia de negocios, tendrán que adaptarse a las demandas de su público. Precisamente a raíz de esto, Andrew Parsons, director general de Ticketmaster UK, venía a comentar que, a pesar de la esencialidad de la música, no le sorprendía y, de hecho, le alentaba que los fanáticos pidieran una mayor acción ambiental, reiterando la idea de que si los ellos terminan de adoptar posturas más exigentes al respecto, la industria no tendrá otra opción que mejorar ciertas conductas (CMU, 2019). Algunos de los resultados más destacables del estudio revelaban que las tres mayores preocupaciones de los festivaleros tienen carácter medioambiental, social y experiencial: por ejemplo, que alrededor de dos tercios de las personas entrevistadas piden mayores facilidades para el reciclaje y gestión eficiente de los residuos; la diversidad de género preocupa a un 41% e influye en su decisión de compra; o que el 44% volvería a un festival una y otra vez gracias a una buena atmósfera, música y localización del evento (Ticketmaster, 2019).

³ Más información interesante sobre el informe disponible aquí: <https://discover.ticketmaster.co.uk/festivals/sustainability-44889/>

1.4. Certificaciones

El establecimiento de estándares de calidad es una práctica muy extendida que trata de recompensar a las empresas que cumplen ciertos mínimos pactados. Este tipo de reconocimiento externo resulta ser también una herramienta de motivación muy útil gracias a la que poder mejorar su estrategia ambiental, social y económica. Ya sean aspectos sanitarios o de seguridad, arquitectónicos, administrativos, ambientales, de sostenibilidad... existen cientos de acreditaciones que avalan una buena gestión. Y a pesar de la multitud de estándares existentes, casi todos los programas comparten características como: la voluntariedad de participación por parte de las empresas, la creación de una membresía, la frecuente realización de auditorías de seguimiento que permitan la renovación del certificado y el uso de un logotipo concreto. Todo ello basado en principios de costos bajos de transacción y estándares consensuados, credibilidad y transparencia (Román, 2008).

También existen distintas formas de llevar a cabo la certificación: de la misma manera que un estudiante puede recibir un diploma que solo especifica un aprobado, o bien conseguir una calificación determinada, algunos sistemas de certificación turística no solo confirman el cumplimiento de los estándares, sino que lo puntúan; por ejemplo, las cinco estrellas de calidad hotelera. Al ser los sistemas de certificación voluntarios, cada empresa turística determina qué programa o programas se adecúan más a su actividad para conseguir las certificaciones deseadas dentro de su ámbito de actuación. En este sentido y, en concreto los festivales de música, pueden gozar de gran variedad de certificaciones gracias a la también gran variedad de servicios ofrecidos dentro de un único evento.

Desde un enfoque global pueden distinguirse dos grandes grupos de certificaciones: los Sistemas de Gestión Ambiental (SGA) y las Ecoetiquetas. Entre los muchos SGA vigentes actualmente, los más conocidos son ISO (International Organization for Standardization) a nivel mundial y EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) dentro del marco europeo; y ambos modelos constituyen un conjunto de normas relativas a la gestión ambiental y la economía circular (tabla 1).

SELLO	ENTIDAD	ÁMBITO DE ACTUACIÓN
	International Organization for Standardization	ISO 14001: Gestión Ambiental Global
	Eco-Management and Audit Scheme	Reglamento CE 1221/2009: Gestión y Auditoría Ambiental de la Unión Europea

Tabla 1. Principales certificados internacionales de calidad ambiental. Fuente: Elaboración propia.

Las normas ISO son los documentos que especifican los requisitos de calidad que los productos y servicios turísticos deben cumplir, tienen un periodo de vigencia de 3 años, y están gestionados por los distintos órganos y asociaciones de normalización de cada país, siendo AENOR el de España. Actualmente, existen miles de estas validaciones ⁽⁴⁾, pero la más recurrida es la anteriormente mencionada ISO 14001 que demuestra el compromiso de la empresa de minimizar impactos y favorecer una buena gestión de recursos. Por su parte, EMAS ⁽⁵⁾ es otro sistema gestionado por los Estados Miembros de la Unión Europea cuyo objetivo es conseguir una mejora continuada en los comportamientos medioambientales de las organizaciones. Se creó en 1993 y ha ido evolucionando y actualizándose hasta 2009, cuando se publicó la última revisión del Reglamento. Está a disposición de cualquier empresa pública o privada que busque mejorar sus estrategias en materia de sostenibilidad y, siguiendo unas directrices específicas, también pueden acceder a él otras organizaciones no europeas y empresas europeas que operen en países no europeos (Generalitat de Catalunya, 2014). Además de ser compatible con ISO 14001, lo es también con otros Sistemas de Gestión del medioambiente, de calidad, seguridad o salud en el trabajo (AENOR, 2018), lo que le permite optimizar los procesos de auditorías a la par que reduce tiempo y costes del proceso de certificación.

⁴ Disponibles en su página web: <https://www.iso.org/standards.html>

⁵ Manual de aplicación del Reglamento EMAS disponible en: https://observatoriorsc.org/wp-content/uploads/2013/07/reglamento_EMAS.pdf

Otros programas específicos directamente relacionados con la actividad turística y de festivales son (tabla 2):

CALIDAD	SEGURIDAD
<ul style="list-style-type: none"> - Q de Calidad Turística - ISO 9001: Gestión de la calidad - EN 13816: Transporte público de pasajeros - UNE 175001: Calidad comercial - UNE 178501-2: Destino turístico inteligente 	<ul style="list-style-type: none"> - ISO 22000: Seguridad alimentaria - ISO 27001: Seguridad de la información - ISO 39001: Seguridad vial - ISO 45001: Seguridad y salud en el trabajo - Marca N de productos de seguridad y protección
MEDIO AMBIENTE	GESTIÓN ENERGÉTICA
<ul style="list-style-type: none"> - ISO 14064: Huella de carbono de organizaciones - Residuo Cero 	<ul style="list-style-type: none"> - ISO 20121: Gestión Sostenible - ISO 50001: Gestión de la eficiencia energética
RESPONSABILIDAD SOCIAL	ECONOMÍA CIRCULAR
<ul style="list-style-type: none"> - UNE 139803: Accesibilidad web mantenida - UNE 170001: Gestión de la accesibilidad universal 	<ul style="list-style-type: none"> - GlobalEPD: Declaración ambiental de producto - ISO 14006: Gestión del ecodiseño - VCS (Verified Carbon Standard)

Tabla 2. Certificaciones relativas al turismo de ocio. Fuente: Elaboración propia a partir de www.aenor.com

El segundo gran grupo de las Ecoetiquetas (tabla 3) constituyen otra importante herramienta de distinción verde para las empresas. Estos sellos se consiguen gracias un proceso algo menos exigente que el de los Sistemas de Gestión previamente expuestos pero muy prácticos a nivel marketiano. Mientras ISO o EMAS son instrumentos de mejora continua, el ecoetiquetado simplemente verifica el cumplimiento de determinados criterios de sostenibilidad. Efectivamente, exigen instalaciones ecoeficientes y la mejora del producto o servicio, pero no necesariamente aseguran la calidad turística, ni tampoco requieren una documentación tan compleja como la de los SGA.

SELLO	ENTIDAD	ÁMBITO DE ACTUACIÓN
Biosphere 	Instituto de Turismo Responsable (ITR)	Destinos, ciudades, alojamiento y transporte
Green Destination 	Green Destinations Foundation	Destinos
Green Globe 	Green Globe	Touropadores, transporte, alojamientos, restauración y eventos
Green Growth 	Green Growth 2050	Salud, seguridad, sostenibilidad del diseño y construcción de infraestructuras, derechos humanos y prácticas laborales
Green Key 	Foundation of Environmental Education (FEE)	Atractivos turísticos, centros de conferencias, alojamientos y restaurantes
Green Leader 	TripAdvisor	Alojamiento
Green Leaf 	Green Leaf Environmental Trust	Alojamiento, touropadores, eventos y conferencias
Travel Life 	ABTA y ECEAT Projects	Agencias de viaje, touropadores y hoteles

Tabla 3. Principales Ecoetiquetas internacionales de calidad ambiental. Fuente: Elaboración propia.

A todo ello, le suman muchos otros galardones y sellos específicos que cada año se llevan los eventos y festivales más sostenibles. Dentro del marco festivalero europeo, destaca Reino Unido donde, por ejemplo, Julie's Bicycle lleva más de 10 años trabajando por promover la sostenibilidad en el mundo cultural. Se trata de una organización benéfica que, entre otros programas ambientales, ha puesto en marcha **Creative Green**, que se basa en las premisas de “compromiso, comprensión y mejora” de las distintas organizaciones del sector cultural. Mediante un sistema de acumulación de puntos y evaluación de una a cinco estrellas otorga la Creative Green Certification a aquellas empresas que consigan destacar. También organiza los Creative Green Awards, en los que cada año festivales de música, *venues*, galerías o museos son premiados. Siguiendo esas mismas líneas de actuación, **A Greener Festival**, otra organización sin ánimo de lucro, galardona específicamente a festivales y emplazamientos que mayor grado de implicación medioambiental con sus AGF Awards.

Más concretamente en España, **Eventsost**, una plataforma integral que ayuda a mejorar la industria de los eventos, ha creado un esquema de certificación multidisciplinar también compatible con otros sistemas y, en colaboración con auditores independientes premia a los eventos más sostenibles. Para ello, aplica todos los aspectos de la Responsabilidad Social Corporativa de forma coherente en la organización de los eventos a la par que sirve de ayuda para la obtención de otras garantías oficiales como ISO 20121. Este mismo año 2019, por ejemplo, Coca-Cola Music Experience Madrid ha sido uno de los festivales premiados de Evento Sostenible. Otro certificado específico es **Erronka Garbia**, en este caso otorgado por el Gobierno Vasco y que también reconoce la integración de medidas ambientales en el diseño y organización de los eventos. Además, existen otras entidades que, a pesar de no dedicarse exclusivamente a premiar la sostenibilidad, dedican una parte una a ella. Los **Premios Fest**, por ejemplo, incluyen cada año una categoría concreta al Festival Más Sostenible que, por cierto, se ha llevado el Sinsal SON Estrella Galicia en la gala celebrada el pasado 30 de octubre en Bilbao.

CAPÍTULO 2:
ESTADO DE LA CUESTIÓN

El sector musical está comenzando a tomarse en serio el asunto medioambiental y cada vez son más las organizaciones festivaleras que se unen a iniciativas verdes, en parte guiadas por otras entidades que se dedican a aconsejarlas o auditarlas. “The Show Must Go On”⁽⁶⁾ es un informe promovido por Powerful Thinking (2018) dedicado a reforzar la lucha de la industria por el medioambiente a través de una serie de objetivos marcados por el programa “Festival Vision: 2025”. En él se incluyen datos sobre los impactos y sus posibles soluciones en seis ámbitos de actuación: (1) energía, (2) residuos, (3) transportes, (4) agua, (5) alimentación y (6) compensación de emisiones e inversiones positivas. También existen otras guías que se centran en uno de esos ámbitos exclusivamente, como “The Making Waves Guide for Festivals and Events”⁽⁷⁾, publicada el pasado año 2018 por RAW Foundation, una organización cuyo compromiso fundamental reside en educar a la sociedad hacia un consumo responsable, y Kambe Events, una consultoría de gestión de eventos sostenibles. Este manual de objetivos *plastic-free* aporta algunas nociones teóricas sobre los productos plásticos y tipologías de dicho material y, contextualizándolos dentro de los macrofestivales, propone una serie de iniciativas para acabar con ellos.

Es cierto que, normalmente, los temas relativos a los plásticos o el reciclaje son los más sonados; así como que la inmensa mayoría de festivales ya los gestiona correctamente. Sin embargo, como este tipo de guías demuestran, la realidad va mucho más allá y son múltiples las decisiones sostenibles que se pueden tomar. Es posible que un festival consiga, por ejemplo, una brillante gestión de residuos pero no se preocupe de compensar sus emisiones de CO₂; o que, otro consiga la total eliminación de plásticos de un solo uso en su evento y, sin embargo, no apoye el comercio local y no disponga de ningún producto de km 0 o ecológico. Toda acción suma por pequeña que sea, pero cuantas más de entre el conjunto de Buenas Prácticas propuestas a continuación (tabla 4) se lleven a cabo, más sostenible podrá ser un festival.

⁶ Disponible online: <http://www.powerful-thinking.org.uk/site/wp-content/uploads/The-Show-Must-Go-On-Report.pdf>

⁷ Disponible online: <http://rawfoundation.org/making-waves/wp-content/uploads/2018/03/Festival-Guide-20182.pdf>

RESIDUOS	AGUA Y ENERGÍA	PLÁSTICOS
<ul style="list-style-type: none"> - Recogida selectiva de basura - Establecimiento de puntos limpios y de reciclaje - Recompensación o devolución de determinado depósito a cambio del buen reciclado y separación de basuras - Implantación de baños secos ecológicos o aseos de compostaje - Sistema de reciclaje de orina para crear fertilizante 	<ul style="list-style-type: none"> - Establecimiento de puntos de suministro de agua - Instalación de grifos con temporizadores automáticos - Instalación de reductores de volumen de agua para cisternas - Reducción de emisiones - Medición y posterior compensación de la huella de carbono - Uso de la red energética local - Uso de paneles solares (también para los sistemas de duchas) - Incrementar el aprovechamiento de la luz solar - Utilización de luces LED, bombillas de bajo consumo energético y/o fluorescentes - Instalación de dispositivos automáticos de iluminación 	<ul style="list-style-type: none"> - Eliminación de plásticos de un solo uso (botellas, vasos, pajitas, platos, cubiertos, etc.) - Alquiler de vasos reutilizables - Reducción de productos plásticos innecesarios en <i>merchandising</i> - Eliminación de <i>tokens</i> - Eliminación de pulseras o acreditaciones de plástico - Fomentar el uso de <i>glitter</i> elaborado a partir de materiales <i>ecofriendly</i>

Tabla 4. Clasificación de Buenas Prácticas para la organización de festivales musicales. Fuente: Elaboración propia.

ALIMENTACIÓN	ENTORNO	ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD
<ul style="list-style-type: none"> - Disminución (o eliminación) de la carne de origen industrial - Venta de productos locales (km 0) y/o ecológicos - Apoyo a la agricultura y ganadería local - Uso de vasos, platos y cubertería de biocompostaje o, en su defecto, uso de los propios - Aumentar la cantidad de productos a la venta que no necesiten plato, etc. como tacos, empanadas o bocadillos 	<ul style="list-style-type: none"> - Reducción de infraestructura - Reducción de la contaminación lumínica - Reducción (en la medida de lo posible) de la contaminación acústica con sistemas de sonidos profesionales y específicos 	<ul style="list-style-type: none"> - Eliminación de barreras físicas y arquitectónicas - Acondicionamiento de zonas de camping específicas para personas con movilidad reducida - Instalación de baños habilitados para personas con movilidad reducida - Fomento del uso del transporte público
SEGURIDAD	COMUNICACIÓN	RESPONSABILIDAD SOCIAL
<ul style="list-style-type: none"> - Vial - Alimentaria - De la información - De la salud en el trabajo - De productos 	<ul style="list-style-type: none"> - Formación de empleados en el ámbito medioambiental - Organización de charlas y workshops para los asistentes - Contratación de <i>Trash Talkers</i> - Campañas publicitarias de sensibilización pre-festival - Realización de memorias de sostenibilidad post-festival que apoyen la transparencia de la organización - Reducción de la producción de papel excesiva e innecesaria - Impresión de cartelería y otros formatos necesariamente físicos en papel mineral y con tipografía EcoFont 	<ul style="list-style-type: none"> - Apoyo a la economía local - Creación de empleo en la localidad de destino - Reducción de la brecha de género - Equilibrio laboral y salarial entre hombres y mujeres - Line-ups equilibrados - Creación de programas de inclusión - <i>Fair Trade</i> - Creación de proyectos de recaudación de fondos para causas sociales y/o medioambientales - Donaciones a asociaciones externas o empresas locales de material que el festival no pueda reutilizar

Tabla 4 (Continuación). Clasificación de Buenas Prácticas para la organización de festivales musicales. Fuente: Elaboración propia.

2.1. La apuesta internacional por la sostenibilidad

El formato macrofestivalero actual tiene ciertas características que dificultan, sobre todo, la sostenibilidad ambiental. Teniendo en cuenta que son eventos capaces de acoger durante varios días a cientos de miles de personas, la generación de grandes cantidades de desechos es inevitable. Y la gestión de residuos es solo la punta del iceberg: también deben instalar toda la infraestructura, habilitar amplias explanadas para la acampada, acondicionar ciertas áreas para otros servicios y tener en cuenta muchos elementos adicionales que impactan negativa y fuertemente en el entorno en que se desarrollan. Pero el hecho de que sean capaces de dañarlo no significa que no se pueda y deba avanzar en minimizar impactos negativos y lograr festivales lo más sostenibles posible.

De hecho, como se ha expuesto en la anterior tabla de Buenas Prácticas, son muchas las acciones que se pueden llevar a cabo en pro de la sostenibilidad. Cada festival, también dependiendo de sus particularidades y valores, puede incluirlas en mayor o menor medida, pero lo que es indiscutible es que la sensibilización y conciencia medioambiental van cogiendo cada vez más fuerza en el panorama internacional.

A continuación (tabla 5), se indican ejemplos de más de veinte festivales exitosos alrededor del mundo que han puesto en marcha iniciativas verdes y campañas específicas, que destacan por su buen hacer en materia de sostenibilidad, o ambas:

	Bestival (UK)	Bioritme (ES)	Bonmaroo Music Festival (UK)	Burning Man (US)	Coachella (US)	DCODE (ES)	Festival Republic (UK)	Fusion Festival (DE)	Glastonbury (UK)	Green Man Festival (UK)	Hurricane (DE)	Leeds Festival (UK)	Lightning In A Bottle (US)	Lollapalooza (US)	Northside Festival (DK)	Of-Grid Living Festival (AU)	Paraiso (ES)	Pickathon (US)	Pukkelpop (BE)	Reading Festival (UK)	Rototom Sunsplash (ES)	Shambala (UK)	Splendour In The Grass (AU)
Recogida selectiva de residuos y reciclaje			X	X		X	X	X		X		X		X	X		X			X	X		X
Facilitación de bolsas de basura	X							X		X			X	X									X
Puntos de reciclaje	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Eliminación o reducción de productos cárnicos		X					X	X		X							X		X			X	
Venta de productos ecológicos o “km 0”		X						X	X						X	X	X		X			X	
Utensilios compostables			X				X					X					X			X			X
Prohibición de utensilios de un solo uso							X		X	X	X		X				X			X	X	X	X
Vasos reutilizables	X	X	X		X	X	X		X	X	X	X		X	X		X			X	X	X	X
“The Final Straw” ⁽⁸⁾	X	X	X			X	X		X	X	X	X			X					X	X	X	X
“Bring Your Own Bottle”									X			X		X						X		X	
“8 th plate” ⁽⁹⁾							X															X	
Venta de botellas de acero inoxidable			X						X													X	
Instalación de fuentes de agua			X		X		X	X	X	X		X	X	X		X		X	X	X	X	X	
Baños composteros	X							X		X												X	

⁸ Prohibición de las pajitas de plástico.

⁹ Contra el malgasto de comida.

“Love Yor Tent” ⁽¹⁰⁾										X		X								X		X	
Ecodiseño duradero de tiendas de campaña						X																	
Transporte público gratuito																		X					
Uso de energías alternativas	X		X		X		X	X			X	X	X	X	X	X	X			X	X	X	X
Compensación de la huella de carbono	X		X			X					X	X	X		X								X
“Leave No Trace” ⁽¹¹⁾	X			X		X	X		X	X	X	X	X	X								X	
Iluminación LED											X	X							X	X			
“Carbon Credits” ⁽¹²⁾												X											X
Compostaje de residuos			X	X		X		X			X				X		X		X	X	X		
“Trash Talkers” ⁽¹³⁾												X		X	X								
Mesas redondas, talleres y/o espectáculos		X					X					X			X								X
Formación del personal						X						X			X								X
Campañas de sensibilización ambiental	X				X	X	X									X		X				X	
Fomento del transporte público				X						X	X		X	X	X	X		X					X
Incentivos para asistentes <i>eco-friendly</i>				X						X	X						X	X				X	
Colaboraciones con organizaciones verdes	X				X	X																	
Donaciones			X																				
Elaboración de Memorias de Sostenibilidad					X								X										

Tabla 5. Ejemplos de festivales internacionales que llevan a cabo buenas prácticas. Fuente: Elaboración propia a partir de la consulta de la página web oficial de cada festival y asistencia personal a varios de ellos.

¹⁰ Contra el desperdicio de tiendas de campaña.

¹¹ Por la reducción de impactos y la gestión eficiente de residuos.

¹² Para compensar las emisiones producidas por desplazamientos.

¹³ Asesoría en gestión de residuos.

2.2. La experiencia europea

Reino Unido ha conseguido posicionarse a la cabeza de Europa en cuanto a festivales de música; no solamente por la gran cantidad que acoge cada año, sino por ser todo un ejemplo a seguir en materia de sostenibilidad y conciencia ambiental. Allí se han fundado asociaciones que luchan únicamente por comprometer a los festivales y conseguir soluciones efectivas a la situación de crisis ambiental en la que nos encontramos.

La **Association of Independent Festivals (AIF)** es una organización sin ánimo de lucro actualmente considerada como el principal organismo representativo de festivales del Reino Unido. Su función fundamental es proporcionar y potenciar apoyos entre su extensa red de miembros, de la que cada vez más profesionales y entidades del sector forman parte. Los vínculos que crea son vitales para el logro de los diferentes objetivos medioambientales, que ponen en marcha a través de sus diversas iniciativas (tabla 6) con las que consiguen que incontables festivales se involucren.

INICIATIVA	OBJETIVO	PARTNERS
“Take Your Tent Home”	Terminar con la gran cantidad de desechos plásticos generados por las tiendas y carpas abandonadas en los festivales	Camplight, AGF, Julie’s Bycicle y RAW Foundation
“Drastic on Plastic”	Prohibir las pajitas de plástico para 2018 y eliminar por completo los plásticos de un solo uso para 2021	RAW Foundation
“Safer Spaces at Festivals”	Aumentar la conciencia sobre la violencia de género y difundir algunas claves sobre el consentimiento y la tolerancia cero ante cualquier agresión sexual	Rape Crisis England & Wales, Rape & Sexual Abuse Support Centre, White Ribbon, Safe Gigs for Women y Drinkaware
“Access Starts Online”	Ofrecer información de acceso completa y clara para potenciales clientes sordos y discapacitados	Attitude is Everything
“Fair Play For Festivals”	Establecer una serie de pautas pragmáticas para artistas y festivales en diversas áreas como remuneración, logística, promoción y rendimiento	The Musicians Union (MU)
“Festival Fuel Tool”	Obtener calificaciones y comparaciones energéticas, porcentajes de residuos, etc. que permitan la mejora de resultados	Powerful Thinking

Tabla 6. Iniciativas sostenibles de la industria festivalera. Fuente: Elaboración propia a partir de <https://aiforg.com/initiatives/>

Otra importante entidad inglesa de la industria musical es **A Greener Festival**, que además se encuentra en el directorio de “amigos” de la AIF y forma parte de alguna de sus campañas. La organización, que es una empresa sin ánimo de lucro que nació en 2005 como una sencilla web de buenas prácticas comprometida a ayudar a los festivales y *venues* del mundo para reducir sus impactos ambientales, ahora ofrece las auditorías que ponen a prueba su grado de sostenibilidad.

En su página, proporciona información sobre métodos medioambientalmente eficientes y acciones socialmente positivas que se emplean o deberían emplearse en los festivales con el objetivo de reducir e incluso revertir impactos; así como ofrece otros servicios y herramientas de evaluación mediante consultoría directa u organización de eventos.

Además, cada año establece con sus premios AGF Awards una jerarquía de los festivales que resultan ser más sostenibles (tabla 7). Para entregar las distintas certificaciones ha creado cuatro categorías: “Outstanding”, “Highly Commended”, “Commended” e “Improver”, que a su vez se basan en el cumplimiento de las ya citadas buenas prácticas y la capacidad de los festivales de sintetizar con su entorno reduciendo impactos. El gran ganador del pasado año 2018 resultó ser Reino Unido, seguido de Francia y Países Bajos; consiguiendo España únicamente dos huecos en las últimas categorías:

<p>Outstanding</p> <ul style="list-style-type: none">○ Boom Festival (Portugal)○ Cambridge Folk Festival (Reino Unido)○ DGTL Festival (Países Bajos)○ Green Gathering (Reino Unido)○ Øyafestivalen (Noruega)○ We Love Green (Francia)○ Wood Festival (Reino Unido)
<p>Highly Commended</p> <ul style="list-style-type: none">○ Body & Soul (Irlanda)○ Dubcamp Festival (Francia)○ Greenbelt Festival (Reino Unido)○ Paradise City (Bélgica)○ Rainbow Serpent (Australia)○ Roskilde Festival (Dinamarca)

Commended

- Boomtown Fair (Reino Unido)
- Das Fest (Alemania)
- Fire in the Mountain (Reino Unido)
- Hadra Trance Festival (Francia)
- Kew the Music (Reino Unido)
- Mandala Festival (Países Bajos)
- Metal Days (Eslovenia)
- Pete the Monkey (Francia)
- Pohoda Festival (Eslovaquia)
- Primavera Sound (España)
- Spring Utrecht (Países Bajos)
- Wonderfeel (Países Bajos)

Improvers

- BST Hyde Park (Reino Unido)
- Couvre Feu (Francia)
- De Poupet (Francia)
- ILMC (Reino Unido)
- Les Escales (Francia)
- Manchester Pride (Reino Unido)
- Own Spirit Festival (España)
- Terraforma Festival (Italia)
- Utrechtse Introductie Tijd: UIT (Países Bajos)
- Uitfeest (Países Bajos)

Tabla 7. Clasificación por categorías de los AGF Awards 2018. Fuente: Elaboración propia a partir de www.completemusicupdate.com

2.3. El papel del marketing y la comunicación

Chris Johnson, cofundador del festival Shambala, acertó a afirmar a raíz del inicio de la campaña “The Final Straw” la gran capacidad que tienen las organizaciones para poner en marcha iniciativas verdes que a su vez alientan a los asistentes a adoptar comportamientos más *eco-friendly*. Reiterando que los festivales van más allá de la música y que son fuente de inspiración del cambio, recalcó la importancia de avanzar colectivamente hacia una nueva normalidad – una mejor y más sostenible. (CMU, 2018). Y lo cierto es que en la actualidad, sería impensable crear esa “nueva normalidad” sin la ayuda de los medios de comunicación y el marketing, cuya contribución es fundamental para la creación de imagen de marca “verde” de las distintas entidades. Para aquellos en la industria festivalera que buscan ser escuchados y cambiar el paradigma de la insostenibilidad, los medios digitales son una herramienta muy poderosa de difusión de valores. Music Declares Emergency (MDE), por ejemplo, es un grupo independiente formado por más de 1.200 artistas y otros profesionales de la industria que luchan por respuestas gubernamentales coherentes frente a la situación de emergencia climática actual y a través de la música. Está formado por profesionales que han inspirado directamente o están involucrados en el conocido movimiento social Extinction Rebellion (XR), Culture Declares Emergency (CDE) o Julie’s Bicycle entre otros y, en su declaración:

- Defienden la necesidad de que los gobiernos e instituciones reconozcan la realidad climática,
- hacen un llamado a la reversión de la pérdida de la biodiversidad y a alcanzar emisiones netas de gases de efecto invernadero para el año 2030,
- reconocen que la emergencia ha surgido de injusticias globales y que un cambio sistémico es necesario,
- y admiten los impactos negativos ambientales que la industria musical genera y se comprometen a tomar medidas urgentes. (MDE, 2019).

A través de su página web, revela una serie de medidas que todos los agentes implicados en el sector musical (festivales, productores, sellos discográficos, artistas, fans...) pueden y deben tomar para conseguir el cambio. También se vale de las Redes Sociales, sobre todo Facebook e Instagram, para compartir otros contenidos y noticias relevantes más

regular y activamente. Hoy en día, estas plataformas son instrumentos ya irremplazables del marketing que, además de conseguir brillantes resultados facilita la obtención de datos valiosos con los que crear estrategia y *engagement*. Para los festivales resultan especialmente atractivas porque, además de ser la forma más rápida, visual y sencilla de crear contenido, les permiten establecer relaciones constantes con sus clientes tanto reales como potenciales. Facebook, Instagram y YouTube son las más utilizadas, siendo las dos primeras los canales más efectivos para la construcción de marca y la obtención de respuesta directa por parte los consumidores. En el contexto actual en el que la capacidad de atención del usuario se desvanece rápidamente, el esfuerzo de las empresas por despertar ese interés se está centrando cada vez más en formatos como Stories de Instagram o minivideos de YouTube (Hosteltur, 2019), a través de los que poder presentar eficazmente sus campañas de sensibilización medioambiental que tratan de hacer más consciente al festivalero pasivo.

Pero lo cierto es que la utilidad de estas plataformas es recíproca: sus funciones van aumentando y es ya muy frecuente gestionarlo todo a través de ellas como usuario; desde confirmaciones de fecha de los festivales, anuncios de carteles, novedades, etc. y hasta la compra de entradas. De hecho, ya existe una aplicación específica, Facebook Local, que notifica al usuario de festivales y otros eventos que puedan ser de su interés en función de su ubicación y las preferencias de su perfil. Suele ser también un cómodo *link* a los sitios de venta oficiales o páginas web de cada organización donde, normalmente, aquellos festivales más concienciados con el cuidado del planeta dedican una sección exclusiva para sus declaraciones medioambientales, políticas de sostenibilidad y recomendaciones para los festivaleros. Por su parte, Instagram es especialmente útil, no solo para dar avisos o consejos como los ya ejemplificados sino para crear un *feedback* rápido con los clientes a través de otras funciones disponibles en Stories como preguntas y respuestas, encuestas, sorteos, etc. sin perder el atractivo visual.

Otro de los beneficios de estas herramientas es que “obligan” a las empresas a ser coherentes e íntegras, ya que la transparencia en las redes es fundamental al estar tan expuestas. Todo comunica y es vital para las organizaciones no solo transmitir una imagen congruente con sus valores, sino aplicarla. Y las perspectivas de futuro apuntan a que el rol de estas plataformas seguirá cobrando cada vez más importancia (Hosteltur, 2019).

CAPÍTULO 3:
MARCO METODOLÓGICO

El desarrollo del presente trabajo se fundamenta en la cuestión “¿cómo hacer de un festival de música un macroevento sostenible?” a través de una serie de objetivos previamente marcados y gracias a técnicas que permitan la posterior elaboración de la propuesta.

3.1. Objetivos

- Comprender el significado del desarrollo sostenible en el contexto de la industria musical.
- Definir la importancia del sector de los festivales y macrofestivales de música.
- Localizar y analizar experiencias que aborden los impactos ambientales negativos de los festivales musicales para avanzar hacia una mayor sostenibilidad de los mismos.
- Indagar en el caso del festival asturiano Aquasella y sus impactos.
- Elaborar una guía en la que se engloben las diferentes recomendaciones e iniciativas que dicho festival debería iniciar o reforzar para conseguir distinguirse como un evento más sostenible y respetuoso con el paisaje asturiano, a partir de las buenas prácticas detectadas en el análisis comparativo internacional-europeo.

3.2. Técnicas

En primer lugar, se ha llevado a cabo una extensa revisión bibliográfica que facilitase el estudio desde lo más general a lo específico: comenzando con el turismo de eventos y concretando en el caso de los festivales y macrofestivales de música, pasando por el análisis del estado de la cuestión de la sostenibilidad desde un punto de vista internacional y dando importancia a la experiencia europea, hasta posteriormente centrarse en la situación del Principado de Asturias y su tan popular Aquasella. Este proceso se vale de

- el estudio y análisis de la literatura en términos generales y específicamente de las estrategias puestas en marcha por cada festival,
- la definición y clasificación de la información recopilada en un desarrollo teórico de la cuestión,
- comparación de ese marco general con el específico,
- la contextualización al caso concreto,
- la síntesis de la información,
- y la elaboración de la propuesta que constituye el objeto del presente trabajo.

Al tratarse de un tema tan amplio y actual, la información fundamental sobre los festivales de música se ha recogido a partir de la prensa y páginas web de cada uno: las noticias de los distintos medios facilitan una primera idea general del panorama tanto internacional como nacional, repitiéndose en la mayoría de los artículos los nombres de aquellos festivales pioneros o de aquellos que comienzan a subirse al carro de la sostenibilidad. Una vez recopilada toda esa información y, de manera individual, la búsqueda de cada página web oficial aporta una mayor información sobre las políticas ambientales específicas de cada festival y su grado de compromiso medioambiental y social. El siguiente paso es el análisis de Redes Sociales, que facilita la observación de sus comportamientos y modos de comunicar, así como la importancia que se le da a la sostenibilidad dentro del conjunto de sus publicaciones. Por su parte, el análisis del caso europeo como referente en festivales musicales y sostenibilidad implica una búsqueda más exhaustiva y traducción de información sobre las actuaciones de las distintas entidades que, además muy comúnmente unen fuerzas y colaboran, dando lugar a confusiones entre la naturaleza y funciones de cada una.

Además, a todo este procedimiento deductivo le suman una serie de observaciones, impresiones y conclusiones previamente sacadas gracias a la experiencia propia como asistente tanto a algunos de los festivales internacionales recogidos en la tabla 5 como al a continuación expuesto Aquasella; lo que resulta de especial utilidad a la hora de comparar y determinar la propuesta.

CAPÍTULO 4:
ANÁLISIS DE CASO

4.1. Principado de Asturias

Como se ha venido reflejando a lo largo del presente trabajo, la industria musical en general y el turismo de festivales en España se encuentra en pleno auge. Según la Asociación de Promotores Musicales (2019), en los últimos años el sector no ha hecho más que crecer tras sufrir su golpe más bajo en 2013 debido a la dominante crisis económica del momento (figura 14). Aunque este tipo de eventos capta a visitantes a lo largo de todo el año, se ha observado que los meses de verano son los más intensos y lucrativos, debido principalmente a que el planteamiento de este tipo de festivales y macrofestivales aprovecha al máximo dicha estación sobre todo por una mayor facilidad para la acampada y disponibilidad del turista.

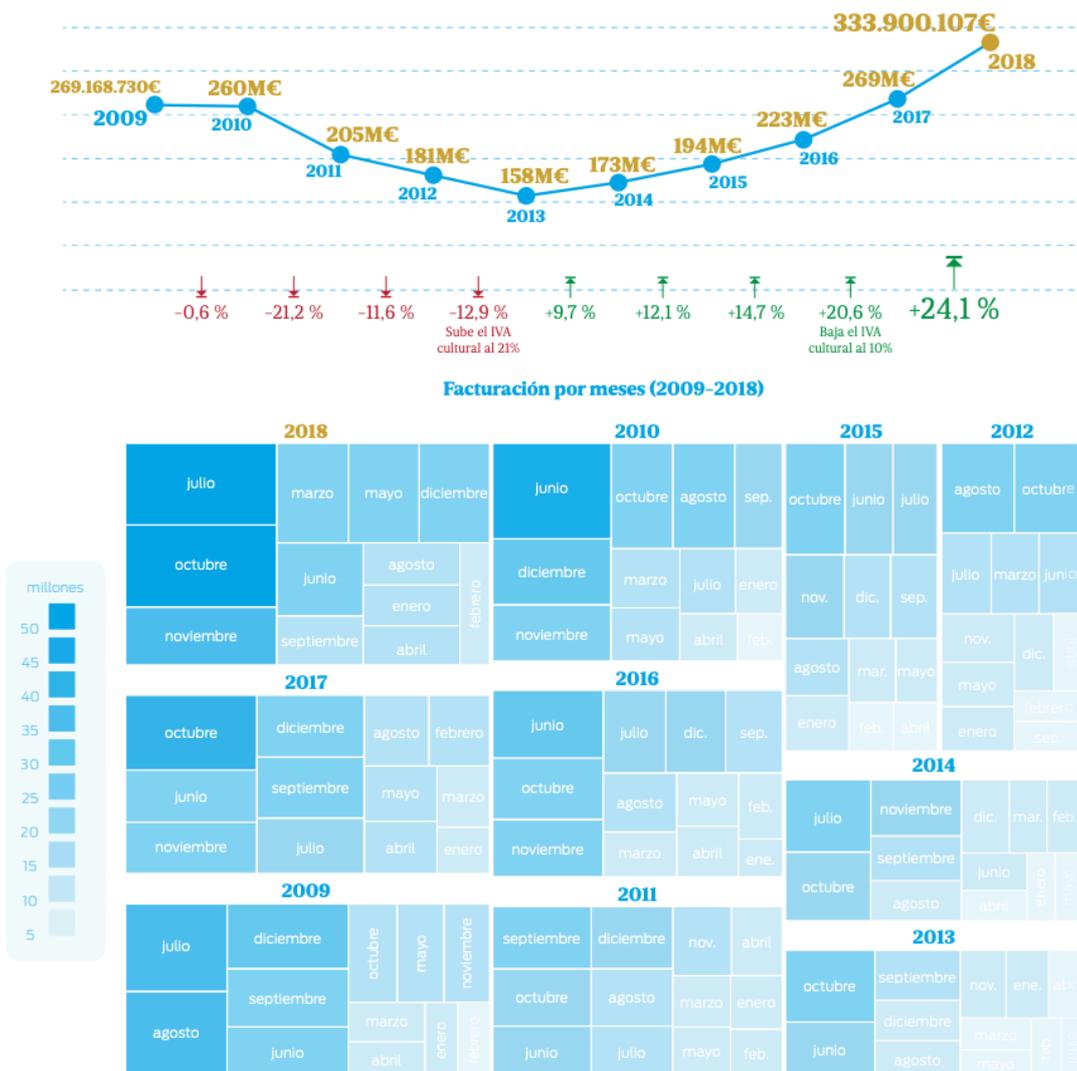


Figura 14. Facturación mensual de los festivales en España durante la última década. Fuente: APM (2019).

El caso de Asturias no es muy distinto. También en este X Anuario de la Música en Vivo, se revela un orden por Comunidades Autónomas de la facturación neta producida por los distintos festivales en los últimos años. En concreto, la asturiana ha experimentado un crecimiento acorde al nacional (APM, 2019, p. 219), facturando en 2018 más de 4 millones de euros (tabla 8). Desde 2016, ha quedado sucesivamente situada en los puestos 16ª, 14ª y 15ª: se mantiene estable en el ranking con el paso de los años y, a pesar de haber descendido una posición el pasado año, sus ingresos aumentaron igualmente. Aunque respecto al total nacional el asturiano represente un porcentaje relativamente pequeño, y teniendo en cuenta que son muchos los factores que determinan estos resultados, puede afirmarse que el sector goza de muy buena salud respecto a otras Comunidades de incluso mayor tamaño y riqueza y, por tanto, que las perspectivas de futuro para el mismo son cuanto menos positivas.

	2017		2018		2019	
	€	%	€	%	€	%
Total	223.161.815	100	269.168.730	100	333.900.107	100
Asturias	3.199.575	1,43	4.632.536	1,72	4.902.692	1,47

Tabla 8. Facturación neta de los festivales y macrofestivales asturianos de los tres últimos años. Fuente: Elaboración propia a partir de APM (2019).

A lo largo del Principado se celebran cada año festivales musicales que se integran en el paisaje tanto rural como urbano y que aúnan diversas actividades en un solo evento fundamentalmente dominado por la música (tabla 9). Gijón, en concreto, ha resultado ser un gran anfitrión que continúa añadiendo festivales a su agenda:

FESTIVAL	LOCALIZACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> - BAU - Euroyeyé - Festival de Jazz de Gijón - Gijón Life - Gijón Sound Festival - Indoor - La Terraza del Botánico - L. E. V. Festival - Metròpoli - Metròpoli Winter Edition - River Fest - Rockin' Gijón Weekender - Tsunami Xixón 	Gijón

<ul style="list-style-type: none"> - Combina Avilés - Festival Intercélticu d'Avilés y Comarca - Holi Party Festival - La Grapa Black Music Festival - La Mar de Ruido - Las Músicas - Sol Celta 	Avilés
<ul style="list-style-type: none"> - Salinas Longboard Festival ⁽¹⁴⁾ - Songs for an Ewan Day - Surf, Music and Friends ⁽¹⁵⁾ - Fest Long Fest 	Salinas
<ul style="list-style-type: none"> - Aquasella - Riverland 	Arriondas
<ul style="list-style-type: none"> - The Big Rumble - Festival Rock Nalón 	Pravia
<ul style="list-style-type: none"> - Otero Brutal Fest - Raposu Rock 	Oviedo
<ul style="list-style-type: none"> - Unirock 	Puerto de Vega
<ul style="list-style-type: none"> - Viva Llanes 	Llanes
<ul style="list-style-type: none"> - Prestoso Festival 	Cangas del Narcea

Tabla 9. Ejemplos de festivales musicales en el Principado de Asturias. Fuente: Elaboración propia partir de la consulta de la página web de los distintos festivales y la prensa asturiana.

¹⁴ Fue declarada Fiesta de Interés Turístico del Principado en 2017 y está a la espera de recibir el reconocimiento nacional. Fuente: <https://www.elcomercio.es/asturias/mas-concejos/longboard-iniciara-tramites-20190608012833-ntvo.html>

¹⁵ Según la propia organización, es el primer festival 100% sostenible de Europa. Fuente: <https://www.surfmusicandfriends.com/festival-de-salinas-sobre-nosotros/>

4.1.1. Arriondas

El concejo de Parres, al oriente asturiano, rodeado de montañas y de tradición fundamentalmente agrícola, industrial y artesanal, es también pionera en turismo activo, gastronómico y de festivales. Su capital y núcleo más habitado es Arriondas, que a su vez ha afianzado su atractivo turístico sobre todo gracias al Descenso Internacional del Sella ⁽¹⁶⁾, la única festividad asturiana categorizada de Interés Turístico Internacional. Conocido popularmente como Les Piragües, el evento es ya todo un emblema del deporte asturiano con más de 80 años de historia. Se celebra cada primer sábado de agosto después del día 2, aunando deporte, naturaleza, música y gastronomía, y generando importantes flujos turísticos gracias a los que, según su Ayuntamiento, todo Parres, al igual que Ribadesella (meta del descenso) consiguen su máxima ocupación.

También se celebran en Arriondas dos importantes macrofestivales musicales: Riverland y Aquasella. El primero, aunque lleva bastante menos recorrido que el segundo (tanto que solo una edición se ha llevado a cabo), ya ha demostrado ser todo un éxito ganando el premio al Festival Revelación otorgado por la SGAE en los anteriormente mencionados Premios Fest 2019. Según la organización el 81% de los visitantes llegaron a Riverland desde fuera de Asturias, datos sorprendentemente positivos para una primera edición. Posteriormente, RTPA (Radiotelevisión del Principado de Asturias)¹⁷ reveló que, debido a su éxito, las probabilidades de que el festival no se volviera a celebrar simultáneamente al Descenso Internacional del Sella eran muy altas en un intento de no colapsar los establecimientos y comercios locales. En ocasiones, cuando este tipo de eventos triunfan se organizan otras versiones o ediciones del mismo. En este caso, una edición ha bastado para crear Rivercity Fest by Riverland en Gijón, que se celebrará el 22 y 23 de noviembre en el Recinto Ferial. Por su parte, el Aquasella, ya se ha consolidado como un símbolo de Arriondas que va camino de la XXIV edición.

¹⁶ La competición propiamente dicha se inició en 1932 y fue creciendo hasta conseguir el carácter internacional que tiene hoy día. Fuente: <https://www.ayto-parres.es/fiestas>

¹⁷ Fuente: https://www.rtpa.es/sociedad:El-Festival-Riverland-no-volvera-a-coincidir-con-la-Fiesta-de-las-Piraguas_111565010838.html

4.1.2. Aquasella

Este macroevento está organizado por La Real Producciones (propiedad de Azurasa 21, S. L.), que también gestiona otros ya mencionados como In Door o River City en Gijón. Aquasella se sitúa cada año en el “El Prau” a la entrada de Arriondas y frente al río Sella y es considerado uno de los festivales de música electrónica con mayor trayectoria a nivel nacional, habiéndose estrenado ya en 1997. Según la organización ⁽¹⁸⁾, a esta primera edición asistieron aproximadamente mil personas y, con el paso de los años, Aquasella fue haciéndose hueco en el panorama internacional hasta conseguir colocarse a la cabeza de este tipo de macrofestivales y acogiendo a los 40.000 espectadores para los que tiene capacidad hoy en día. Al principio, su celebración era simultánea a la del Descenso Internacional del Sella, pero debido a su gran alcance, ambos eventos se desligaron a partir de 2015, llevándose a cabo su 19ª edición a finales de mes (21, 22 y 23 de agosto). También su infraestructura ha ido evolucionando y mejorando con el paso de los años: actualmente, el festival está compuesto por tres escenarios rodeados por dos zonas de descanso para acampada y *glamping* ⁽¹⁹⁾, aparcamiento, puestos de comida y bebida, servicios y duchas.

Este planteamiento macrofestivalero, que además continúa aumentando asistencia habiendo sumado unos 10.000 espectadores a su pasada edición (2019)²⁰, tiene todas las papeletas para causar estragos en el entorno en que se celebra; aunque también la posibilidad de trabajar por un modelo más respetuoso con el medioambiente. Desde hace algunos años, la organización ha querido tomar medidas en pro del entorno, sobre todo desde el anterior “Aquasella más verde” (2018), cuando más novedades y mejoras se introdujeron en este Valle de la Música. Efectivamente, el festival ha puesto en marcha buenas prácticas que, poco a poco lo hacen más sostenible, como

- la instalación de puntos de recogida de basura y algunos contenedores de reciclaje en la Zona de Descanso,

¹⁸ Fuente: <https://aquasella.com/historia/>

¹⁹ El término proviene de la unión de “glamour” y “camping”. Se trata de una nueva tendencia de hospedaje en la que disfrutar de la naturaleza no está reñida con tener ciertas comodidades: desde cama y mayor espacio hasta agua corriente y luz. Es una modalidad de acampada cada vez más presente en festivales de música.

²⁰ Fuente: <https://www.babelmagazine.es/balance-de-la-edicion-numero-23-de-aquasella-festival/>

- el alquiler de vasos reutilizables y posterior destinación del dinero no devuelto a la compensación de la huella de CO₂ generada por el festival,
- el uso de vehículos híbridos para transportar a los artistas desde aeropuerto y hoteles hasta el festival y al revés,
- y la publicación de rutas y horarios de cercanías en Asturias para promover el uso del transporte público, así como recordatorios en su página web de buena conducta y respeto con el entorno y los demás.

Sin embargo,

- los contenedores parecen no haber sido suficientes y la finca termina igualmente repleta de basura y tiendas de campaña y carpas abandonadas,
- a pesar del uso generalizado de vasos reutilizables, siguen vendiéndose grandes cantidades de botellas de plástico que difícilmente se reciclan o reutilizan,
- y, a pesar de fomentar el uso de transporte público, sigue ofreciéndose a los asistentes servicio de parking gratuito donde estacionar sus vehículos personales y haciéndoles a su vez más complicada la elección de lo *eco-friendly* ante lo cómodo.

Y parte importante del problema es también que estos impactos negativos no se producen únicamente en la propia finca, sino que el pueblo se ve asimismo afectado. El periódico asturiano La Nueva España denunciaba ya en 2016 ⁽²¹⁾ esta situación dando voz a los vecinos que sufrían el ruido, suciedad y aglomeraciones provocadas por el festival. Juan Pablo Meana Zaragoza, presidente de la Asociación de Vecinos de Coviella, declaró el pasado agosto en una entrevista para la COPE Ribadesella (2019)²² que, incluso 9 días después de la celebración del festival, “El Prau” seguía lleno de basura y que, en pasadas ediciones ya habían sido los propios residentes quienes asumieron parte de la limpieza de la finca. A pesar de que el Ayuntamiento de Cangas se hizo cargo del lavado de la vía pública, el resto del recinto debía ser gestionado por la organización al ser una propiedad privada. El tiempo lógico de recogida ya había vencido hace días, y la imagen que dejó la celebración resultó cuanto menos alarmante; no solamente dañina para el paisaje a

²¹ Fuente: <https://www.lne.es/oriente/2016/07/26/festival-aquasella-hizo-parres-cangas/1961306.html>

²² Fuente: <https://coperibadesella.com/26/08/2019/entrevista-juan-pablo-meana-basura-del-aquasella-y-exitoso-fartukarte/>

efectos medioambientales sino de atractivo turístico. Por este y muchos otros motivos, se hace tan necesaria la toma de medidas efectivas que prevengan que estas situaciones se repitan, consiguiendo un Aquasella completamente limpio y sostenible.

CAPÍTULO 5:
PROPUESTA



MANUAL DE SOSTENIBILIDAD

GUÍA PRÁCTICA PARA
FESTIVALES RESPONSABLES

aquasella

CONTENIDO



SOBRE ESTA GUÍA.....	3
INTRODUCCIÓN.....	4
¡ACCIÓN!.....	5
PLÁSTICOS.....	6
RESIDUOS.....	7
ALIMENTACIÓN.....	8
AGUA & ENERGÍA.....	10
ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD.....	11
REPONSABILIDAD SOCIAL.....	12
VENTAS & COMUNICACIÓN.....	13
INSPIRACIÓN.....	15

SOBRE ESTA GUÍA

Constituye la propuesta principal de este Trabajo de Fin de Grado sobre festivales de música y sostenibilidad. Una vez analizada la cuestión en términos teóricos y comparada primero desde una perspectiva internacional, pasando por la europea y centrándose en el caso de Asturias, se ha hecho necesaria la elaboración de una guía de Buenas Prácticas en la que recopilar una serie de propuestas que el festival Aquasella pueda llevar a cabo y convertirse en un festival 100% respetuoso con el medioambiente.

Pensando en su próxima XXV Edición como la ocasión idónea para la implementación integral de estas estrategias, podría marcar un antes y un después en su historia y posicionarse como referente de esta industria en términos de sostenibilidad. Con todo, otro de los propósitos de esta guía es que pueda servir de modelo para cualquier (macro)festival de similares o iguales características. El uso del logo u otros elementos propios de Aquasella forma parte de la propuesta y responde a fines exclusivamente académicos.





INTRODUCCIÓN

La industria festivalera en España está en pleno auge y, con ella, la necesidad de tomar medidas efectivas que minimicen los impactos medioambientales que genera.

Actualmente, normativas que abordan problemas ambientales como la prohibición de plásticos de un solo uso o la recogida selectiva de residuos son las más sonadas; así como es sabido que muchos de los más conocidos ya las gestiona correctamente y van adaptándose al nuevo marco europeo de economía circular. Sin embargo, más allá de ese establecimiento de regulaciones que suelen ir por detrás de la realidad, tanto en impactos ambientales negativos como en los valores posmaterialistas de la ciudadanía, debe avanzarse en la Responsabilidad Social de este tipo de eventos.

La sostenibilidad interrelaciona lo económico, lo social, lo cultural y lo ambiental, y es precisamente en este nuevo paradigma donde tanto organizadores de festivales musicales del Principado de Asturias como sus asistentes deben desenvolverse, al igual que ya ocurre en otros territorios en los que se celebran los festivales más importantes.

¡ACCIÓN!



PLÁSTICOS

- **Eliminación total de los plásticos de un solo uso** entre los que se incluyen botellas, platos, cubiertos, envoltorios de comida o bolsas.
- Venta de **botellas "AQS" de acero inoxidable** como parte del merchandising y de regalo para los artistas, como complemento a los vasos reutilizables cuyo diseño sea válido para varias ediciones.
- Eliminación de **acreditaciones de plástico y pulseras** innecesarias unificando el diseño para aquellos con entrada al camping y al recinto del festival, ya que el abono general puede adquirirse sin camping pero no al revés.
- Sustitución y progresiva eliminación de **banners y elementos promocionales** de PVC por otros de materiales más sostenibles.
- Promoción de la iniciativa **Love Your Tent** para concienciar de la importancia de no abandonar tiendas de campaña, carpas o lonas normalmente compuestas de materiales plásticos.
- Fomento de la eliminación de **glitter** y ofrecimiento de alternativas biodegradables y veganas.

RESIDUOS



- Facilitación a los asistentes de **bolsas de basura biodegradables** para los distintos materiales a la entrada del festival.
- Aumento de los **puntos de reciclaje** en cada parcela de la zona de descanso y el área de festival.

- Contratación de personal específico para la **recogida selectiva y continuada** de residuos.
- Contratación de **Trash Talkers** o equipo voluntario (al que compensar, por ejemplo, con su entrada gratis al festival) que vigilen, ayuden a recoger y sensibilicen a los asistentes sobre temas ambientales y que ayuden a difundir el funcionamiento de las nuevas iniciativas sostenibles.
- **Creación de un sistema de incentivos** como sorteos y otros regalos de productos del merchandising a los festivaleros que demuestren ser más respetuosos con "El Prau". Por ejemplo, a quienes mejor separen residuos y los entreguen correctamente en uno de los puntos limpios.
- Instalación de **baños secos ecológicos** y de cabinas de aseos específicas para el **reciclaje de orina** con el que crear fertilizantes.

ALIMENTACIÓN

- Venta exclusiva de **productos ecológicos asturianos** (km0) y aumento de los alimentos **de temporada**.
- Reducción de productos que usen **pesticidas**.

- Reducción y paulatina eliminación de productos cárnicos e incremento de las **opciones vegetarianas y veganas** en la oferta de "Aqua Food".
- Uso de **platos y cubertería compostable** o de los propios asistentes.
- Aumento de la cantidad de productos que no necesiten de plato o cubiertos (como tacos, empanadas o bacadillos).
- Organización de un "**Aquasharing**" (basado en la iniciativa alemana Foodsharing) durante el último día de camping en el que los festivaleros puedan poner en común comida que de otra forma sería desechada.

AGUA & ENERGÍA

- Aumento de la instalación de **fuentes de agua** con sistemas automáticos de ahorro, tanto en la zona de descanso como en el recinto del festival.
- Fomento del **consumo responsable** de agua.
- **Tratamiento eficiente de las agua residuales** a través de sistemas de depuración de bajo coste energético.
- **Medición y compensación de las emisiones de CO2**, gracias aportaciones económicas proporcionales a la cantidad emitida.
- **Reducción**, en la medida de lo posible, del uso de **grupos electrógenos** cuyas emisiones son dañinas para la atmósfera.
- **Optimización del uso energético** estableciendo conexión con la red eléctrica municipal con el fin de no generar excedentes.
- Uso de sistemas de **iluminación de bajo consumo** como LED o fluorescentes.
- Incremento del **aprovechamiento de la luz solar** adelantando las actuaciones del fin de semana y sacando un mayor provecho de las horas del día.
- Maximización del uso de **energías renovables** como paneles solares o recolectores de aguas pluviales.

MOVILIDAD & ACCESIBILIDAD

- Habilitación de una área del camping y aseos adaptados frente a la Zona de Día de para personas con movilidad reducida, así como su acceso prioritario al recinto.
- Mayor fomento del transporte público a través de publicaciones en Redes Sociales y establecimiento de servicios específicos para Aquasella o creación de billetes combinados en colaboración los distintos operadores de transporte público.
- Fomento del transporte privado colectivo.
- Eliminación del parking gratuito como refuerzo a las dos iniciativas anteriores.
- Utilización de autobuses oficiales limpios y eficientes (eléctricos, híbridos o biodiesel) también para el transporte de artistas e infraestructuras necesarias en las fases de preparación y desmontaje.



RESPONSABILIDAD SOCIO-AMBIENTAL

Refuerzo de campañas como "AguasELLA" y fijación de line-ups 100% equilibrados.

Creación de programas de inclusión laboral (EcA).

Apoyo al comercio justo.

Contratación de proveedores parragüeses y/o asturianos en apoyo a la economía local.

Donación a asociaciones asturianas de materiales o decoraciones en buen estado que el festival no pueda reutilizar.

Puesta en marcha cada edición de proyectos de **recaudación de fondos** que cada año se destinen a una causa concreta en Asturias.



VENTAS & COMUNICACIÓN

- Impedimento de la reventa de entradas mediante la venta de tickets nominales que aseguren un precio justo y acabar con la especulación.
- Priorización del uso de elementos de señalización del recinto y otras infraestructuras reutilizables.
- Aplicación del eco-diseño minimizando además el uso de papel y priorizando la impresión offset para tiradas largas.
- Uso de papel reciclado, libre de cloro, certificado por FSC y tintas vegetales para el material necesariamente impreso.
- Regalo de ceniceros portátiles a la entrada al festival que anime a los asistentes a no tirar sus colillas al suelo y concienciar más sobre la importancia de mantener la finca limpia.

- Refuerzo de los mensajes a favor del cuidado del medioambiente en Redes Sociales y página web.
- Consolidación de la imagen de marca más environmentally friendly preocupada por el cuidado y preservación del "Paraíso Natural" asturiano.
- Mayor fomento del ecoturismo y turismo sostenible en el Principado de Asturias como actividad complementaria al festival.
- Refuerzo de la transparencia de la organización mediante la realización de Memorias de Sostenibilidad o una Declaración Ambiental que incluya un histórico de las ediciones anteriores, junto con el análisis de nuevos resultados y puntos de mejora a tener en cuenta en futuros años.

INSPIRACIÓN



<https://www.musicdeclares.net/>



<http://www.powerful-thinking.org.uk/>

Julie's Bicycle
SUSTAINING CREATIVITY

<https://juliesbicycle.com/>



<https://aiforg.com/>



<https://www.eventsost.com/>



A GREENER FESTIVAL

<https://www.agreenerfestival.com/>



ephymera sostenibilidad®

<http://www.ephymerasostenibilidad.com/>



"PIENSA

GLOBALMENTE,

ACTÚA

LOCALMENTE".

Conclusiones

Los indicios de los efectos negativos de un modelo turístico de masas tan popular como insostenible llevan evidenciándose desde finales del siglo pasado, con más fuerza durante las dos últimas décadas del actual, y han provocado la reacción tanto pública como privada en búsqueda de un nuevo paradigma de turismo sostenible. El de eventos y, más concretamente, el turismo de festivales musicales ha continuado creciendo tanto a nivel internacional como nacional hasta consolidarse como uno de los principales de la industria.

Sin embargo, las características de estos macroeventos implican su capacidad de impactar negativamente en el entorno en que se desarrollan y, conscientes de la necesidad de minimizar dichos efectos, cada vez más entidades de la industria musical se centran en proponer medidas que aseguren el largo plazo. Si los tres pilares fundamentales de la sostenibilidad son el medioambiental, el social y el económico, los festivales de música son la justificación perfecta del desarrollo sostenible por cimentarse sobre esas mismas bases. Al igual que el turismo sostenible puede ayudar a justificar la conservación, el de festivales puede contribuir a la preservación del entorno asegurando la continuidad y crecimiento del sector. En este sentido, Reino Unido destaca dentro del marco europeo gracias a su labor de concienciación, integración y certificación de estrategias sostenibles. Tras más de una década apostando por la sensibilización ambiental a nivel empresarial e individual, ha conseguido traspasar fronteras y que festivales de todo el mundo se unan a sus iniciativas.

A través del análisis y recopilación de todas las Buenas Prácticas existentes, se han localizado veintitrés festivales internacionales que destacan por su buen hacer: la gestión eficiente de residuos y su compostaje, la eliminación total de los plásticos de un solo o de productos cárnicos o la compensación de emisiones de CO₂ son solo algunas de las muchas y creativas iniciativas puestas en marcha.

Si bien es cierto en que España en los últimos años más festivales están llevando a cabo acciones sostenibles, aún queda recorrido. Concretamente Asturias, que lleva más de veinte años acogiendo al macrofestival Aquasella, urge cambiar de enfoque. Es por ello que el presente TFG ha pretendido aportar ese necesario avance hacia la mejor

planificación y gestión de los festivales en Asturias, gracias a la elaboración de un Manual de Sostenibilidad que pueda presentarse a los organizadores.

Los beneficios que reporta la ambientalización a festivales como Aquasella son numerosos y abarcan desde el ahorro energético, de consumo de agua, en residuos, de costes en productos y transportes, pasando por la mejora de la imagen de marca, del nivel de satisfacción de los festivaleros y el aumento del potencial de sensibilización ambiental, hasta un mayor acceso a patrocinios y financiación. En este último sentido, la correcta comunicación de esta apuesta por parte de las empresas es un eje fundamental en su capacidad de influenciar a los festivaleros, tanto para conseguir sus comportamientos respetuosos durante el propio evento, como para su aplicación en el ámbito personal del día a día; para lo que el poder de las Redes Sociales actualmente es excelente. Estos valores, reforzados por la idea de que los festivales musicales significan más que un buen cartel y se entienden como espacios artístico-culturales facilitadores de la cohesión social y el enriquecimiento personal, evidencian su gran potencial en términos de desarrollo sostenible. Tratándose de eventos mayormente fusionados con el entorno natural en los que cientos de miles de personas conviven en un solo área, su potencial alcance se hace tan grande como su capacidad.

En definitiva, tanto en el ámbito colectivo como individual, el verdadero avance pasa por entender las consecuencias de nuestras decisiones y la necesidad de cambiar de enfoque. Precisamente por el hecho de que, ya no es tanto una elección sino una necesidad. Afortunadamente, ese cambio de valores está comenzando a convertirse en una realidad de la que los festivales de música entendidos como fenómeno de masas, social y económico participan e impulsan.

Referencias

A Greener Festival: <https://www.agreenerfestival.com/>

AENOR. (2018). Certificación de medio ambiente: El compromiso con el entorno. *AENOR*. Recuperado de: <https://www.aenor.com/certificacion/medio-ambiente>

AENOR. (2018). Sector Turismo y Ocio – Certificaciones. *AENOR*. Recuperado de: <https://www.aenor.com/certificacion/turismo-y-ocio>

AENOR. (2018). Sistemas de gestión de eventos sostenibles ISO 20121: Certificar la sostenibilidad en eventos. *AENOR*. Recuperado de: <https://www.aenor.com/certificacion/responsabilidad-social/eventos-sostenibles>

AgoraStyle. (2019, 7 de agosto). Festivales, unos eventos cada vez más sostenibles. *El Ágora – Diario del Agua*. Recuperado de: <https://www.elagoradiario.com/a-style/festivales-unos-eventos-cada-vez-mas-sostenibles/>

APM. (2014, 1 de diciembre). Consejos indispensables para hacer un festival más sostenible. *Asociación de Promotores Musicales*. Recuperado de: <http://www.apmusicales.com/consejos-indispensables-para-hacer-un-festival-mas-sostenible/>

APM. (2015, 8 de enero). Recicla en tu festival. *APMusicales: El Portal de la Música en Vivo*. Recuperado de: <http://www.apmusicales.com/recicla-en-tu-festival/>

APM. (2015, 9 de septiembre). DCODE 2015 continúa apostando por la sostenibilidad. *Asociación de Promotores Musicales*. Recuperado de: <http://www.apmusicales.com/dcode-2015-continua-apostando-por-la-sostenibilidad/>

APM. (2019). Especial Décimo Anuario de la Música en Vivo. *Asociación de Promotores Musicales*. Recuperado de: <http://decimoanuario.apmusicales.com/digital/assets/downloads/xanuario2019.pdf>

Aquasella. (2018). Aquasella más verde. *La Real Producciones*. Recuperado de: <https://aquasella.com/2018/aquasella-mas-verde.html>

Aquasella. (2018). El lado femenino de Aquasella. *La Real Producciones*. Recuperado de: <https://aquasella.com/2018/el-lado-femenino-aquasella.html#about>

Aquasella. (2019). Aquasella, un festival que cumple 23 ediciones. *La Real Producciones*. Recuperado de: <https://aquasella.com/historia/>

Arena, M. (2018, 12 de marzo). RAW Foundation publica una guía sin plástico para los festivales. *Asociación de Promotores Musicales*. Recuperado de: <http://www.apmusicales.com/raw-foundation-publica-una-guia-sin-plastico-para-los-festivales/>

Arriondas.com. (2015, 23 de enero). Aquasella se desvincula de Les Piragües. *Diario Digital de Arriondas y su Concejo*. Recuperado de: <http://www.arriondas.com/2015/01/aquasella-se-desvincula-de-les-piragues/>

Ayuntamiento de Parres. (2011). Turismo: Fiestas. *Principado de Asturias*. Recuperado de: <https://www.ayto-parres.es/fiestas>

Bien, A. (2006). Una guía simple para la certificación del Turismo Sostenible y el Ecoturismo. *CESD* (1), pp. 1-32. Recuperado de: https://www.responsibletravel.org/docs/Manual_No_1.pdf

Babel Magazine. (2019, 21 de agosto). Balance de la edición número 23 de Aquasella Festival. *Babel Magazine*. Recuperado de: <https://www.babelmagazine.es/balance-de-la-edicion-numero-23-de-aquasella-festival/>

BIME. (2017). *Observatorio #1: Estudio de impacto de festivales españoles*. BIME Conference & Festival. Recuperado de: https://industriamusical.es/wp-content/uploads/2018/03/Observatorio-1-Estudio-impacto_Festivales2017.pdf

Association of Independent Festivals: <https://aiforg.com/>

BLUEMEDIA STUDIO. (2018). Guía de festivales 2018. *Las guías de 20 minutos*. 20MINUTOS EDITORA, S. L.

Burning Man. (2019, 20 de julio). Burning Man Seeks a Sustainable Future. *Burning Man: Leaving No Trace*. Recuperado de: <https://journal.burningman.org/2019/07/black-rock-city/leaving-no-trace/burning-man-seeks-a-sustainable-future/>

Calvo-Soraluze, J. (2017, 14 de junio). El futuro de los festivales. *APMusicales: El Portal de la Música en Vivo*. Recuperado de: <http://www.apmusicales.com/june-calvo-soraluze-el-futuro-de-los-festivales/>

Calvo-Soraluze, J. (2017, 22 de septiembre). Los impactos que importan/aportan al público. *APMusicales: El Portal de la Música en Vivo*. Recuperado de: <http://www.apmusicales.com/june-calvo-soraluze-los-impactos-que-importanaportan-al-publico/>

Canalís, X. (2018, 28 de noviembre). Turismo de reuniones: perspectiva 2019 desde la IBTM. *Hosteltur Economía*. Recuperado de: https://www.hosteltur.com/109977_turismo-de-reuniones-perspectiva-2019-desde-la-ibtm.html

Cardoso Jiménez, C. (2006). Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada. *El Periplo Sustentable*, (11), pp. 5-21.

Comisión Europea. (2016, marzo). El Sistema Europeo de Indicadores Turísticos. Herramienta del ETIS para la gestión de destinos sostenibles. DOI: 10.2873/671106.

Cook, C. (2019, 21 de enero). A Greener Festival celebrates 35 environmentally sustainable events. *Complete Music Update – CMU*. Recuperado de: <https://completemusicupdate.com/article/a-greener-festival-celebrates-35-environmentally-sustainable-events/>

Corte, C. (2016, 26 de julio). El Festival Aquasella hizo que Parres y Cangas pusieran el cartel de “completo”. *La Nueva España: Oriente*. Recuperado de: <https://www.lne.es/oriente/2016/07/26/festival-aquasella-hizo-parres-cangas/1961306.html>

COPE. (2019, 26 de agosto). Entrevista a Juan Pablo Meana y exitoso Fartukarte. *COPE Ribadesella: Radio en Directo*. [Audio]. Recuperado de: <https://coperibadesella.com/26/08/2019/entrevista-juan-pablo-meana-basura-del-aquasella-y-exitoso-fartukarte/>

Díaz Landaluce, I. (2019, 6-12 de septiembre). El turismo insostenible. *XL Semanal* (1667), pp. 42-47.

Driver, B. L., Brown, P. J., & Peterson, G. L. (1991). Benefits of leisure. State College, PA. *Venture Publishing*.

Domingo, F. & Arijón, T. (2018, 13 de diciembre). DGTL: La sostenibilidad en festivales es una realidad. *RedBull Nightlife*. Recuperado de: <https://www.redbull.com/es-es/nightlife-dgtl-sostenibilidad-festivales-realidad>

El Confidencial. (2018, 11 de enero). Fitur 2018: los festivales de música como nuevo motor del turismo en España. *El Confidencial Economía*. Recuperado de: https://www.elconfidencial.com/economia/2018-01-11/festivales-espana2018-fitur-turismo-musica_1504457/

Echamendi Lorente, P. (2001). La capacidad de carga turística. Aspectos conceptuales y normas de aplicación. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense* (21), pp. 11-30. Departamento de Geografía Humana, U. C. M. ISSN: 0211-9803.

Ecovidrio. (2016, 30 de agosto). DCODE 2016, un festival referente en sostenibilidad gracias a su programa “ECODE by Ecovidrio”. *Ecovidrio*. Recuperado de: <https://www.ecovidrio.es/DCODE-2016-FESTIVAL-REFERENTE-SOSTENIBILIDAD-2016.aspx>

EFEverde. (2019, 5 de agosto). La sostenibilidad, nuevo reto de los festivales de música en España. *EFEverde*. Madrid. Recuperado de: <https://www.efeverde.com/noticias/la-sostenibilidad-nuevo-reto-los-festivales-musica-espana/>

EMAS. (s. f.). Reglamento EMAS: Guía práctica. Recuperado de: https://observatoriorsc.org/wp-content/uploads/2013/07/reglamento_EMAS.pdf

Fitur Festivales: <https://www.ifema.es/fitur/fitur-festivales>

Generalitat de Catalunya. (2014). ¿Qué es el sistema de gestión y auditoría ambientales (EMAS)? *Gencat.cat– Departamento de Territorio y Sostenibilidad*. Recuperado de: http://mediambient.gencat.cat/es/05_ambits_dactuacio/empresa_i_produccio_sostenible/sistemes_de_gestio/sistemes_de_gestio_ambiental_iso_14001_i_emas/emas/que_es_le_mas/

Gessa Perera, A., González Expósito, I. & Jiménez Jiménez, M. (n.d.). *Estándares de calidad medioambientales en los establecimientos hoteleros. Un análisis preliminar comparativo*. (Universidad de Huelva). Recuperado de Dialnet.

González Reverté, F. & Morales Pérez, S. (2009). *Ciudades efímeras: transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos*. Barcelona: UOC, S.L.

Guerra, S. (2019, 10 de julio). ¿Qué están haciendo los festivales de música españoles para conseguir una mayor sostenibilidad? *Los40*. Recuperado de: https://los40.com/los40/2019/07/10/musica/1562768296_811780.html

Hosteltur. (2018, 27 de febrero). Diez tendencias en el turismo de eventos para 2018. *Hosteltur Innovación*. Recuperado de: https://www.hosteltur.com/126763_diez-tendencias-turismo-eventos-2018.html

Hosteltur. (2018, 29 de julio). Turismo de festivales, un nuevo competidor para el sol y playa. *Hosteltur Economía*. Recuperado de: https://www.hosteltur.com/108112_turismo-de-festivales-un-nuevo-competidor-para-el-sol-y-playa.html

Hosteltur. (2019, 21 de mayo). Ranking ICCA: España, tercer país que más congresos organiza. *Hosteltur Economía*. Recuperado de:

https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/018884_ranking-icca-2019-espana-tercer-pais-que-mas-congresos-organiza.html

Ihobe. (2017, mayo). *Manual de organización de eventos ambientalmente sostenibles. Metodología ERRONKA GARBIA*. Recuperado de:

http://www.ogasun.ejgv.euskadi.eus/r51-catpub/es/k75aWebPublicacionesWar/k75aObtenerPublicacionDigitalServlet?R01HNoPortal=true&N_LIBR=052057&N_EDIC=0001&C_IDIOM=es&FORMATO=.pdf

Ihobe. (s. f.). *Ambientalización de eventos en el País Vasco. El certificado Erronka Garbia*. Recuperado de: <https://www.31congresopcpain.com/wp-content/uploads/2019/03/Jos%C3%A9-Mar%C3%ADa-Fern%C3%A1ndez-Alcal%C3%A1.pdf>

Industria Musical. (2018). *Estudio del estado de la música electrónica en España*. IMES Entertainment Group, S. L. Recuperado de: https://industriamusical.es/wp-content/uploads/2018/07/IMES-informe_v4-2.pdf

Industria Musical. (2018). *Observatorio #1 BIME 2017*. IndustriaMusical.es. Recuperado de: https://industriamusical.es/wp-content/uploads/2018/03/Observatorio_1_bime_2017-1.pdf

Julie's Bicycle. (2019). Get creative green certified. Recuperado de: <https://juliesbicycle.com/creativegreen-certification/>

Lenore, V. (2018, 31 de marzo). El pelotazo que no cesa: ¿son los festivales de música el mejor negocio de España? *El Confidencial*. Recuperado de: https://www.elconfidencial.com/cultura/2018-03-31/festivales-musica-anuario-promotores-musica_1539419/

Lime, D. W. & Stankey, G. H., (s. f.). Carrying Capacity. Maintaining outdoor recreation quality. Recuperado de:
https://www.nrs.fs.fed.us/pubs/other/recsym/recreation_symposium_proceedings_174.pdf

López Bonilla, J. M. & López Bonilla, L. M. (2008). La capacidad de carga turística: Revisión crítica de un instrumento de medida de sostenibilidad. *El periplo Sustentable* (15), pp. 123-150. ISSN: 1870-9036. Recuperado de Dialnet.

López, O. (2019, 24 de enero). Los destinos, receptores de festivales y turistas, debaten en Fitur. *APMusicales: El Portal de la Música en Vivo*. Recuperado de:
<http://www.apmusicales.com/fitur-festivales-destinos/>

López Palomeque, F., Torres-Delgado, A., Font Urgell, X., & Serano Miracle, D. (2018). Gestión sostenible de destino turísticos: la implementación de un sistema de indicadores de turismo en los destinos de la provincia de Barcelona. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* (77), pp. 428-461.
Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2547>

Malt, A. (2018, 19 de abril). Independent Festivals commit to ban single-use plastics by 2021. *Complete Music Update*.
Recuperado de: <https://completemusicupdate.com/article/independent-festivals-commit-to-ban-single-use-plastics-by-2021/>

Malt, A. (2019, 24 de junio). UK festival fans want more recycling, more women and less booze, Ticketmaster report finds. *Complete Music Update – CMU*. Recuperado de:
<https://completemusicupdate.com/article/uk-festival-fans-want-more-recycling-more-women-and-less-booze-ticketmaster-report-finds/>

Menéndez, M. (2019, 3 de septiembre). Los festivales de música, motor turístico en Arriodas. *La Nueva España: Oriente*. Recuperado de:

<https://www.lne.es/oriente/2019/09/04/festivales-musica-motor-turistico-arriendas/2524425.html>

Music Declares Emergency: <https://www.musicdeclares.net/>

OBS. (2019). Informe OBS: En España, el sector musical tiene un impacto de 5.000 millones de euros, más del 50% debido a música en directo. *OBS Business School*. Recuperado de: <https://obsbusiness.school/es/informe-de-investigacion/informe-obs-en-espana-el-sector-musical-tiene-un-impacto-de-5000-millones-de-euros-mas-del-50-debido-musica-en-directo>

OMT. (1998). Introducción al Turismo. Madrid: *Organización Mundial del Turismo*, pp. 217-275. Recuperado de: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>

OMT. (2005). *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos: Guía práctica*. Recuperado de: http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-07/tema2/OMTIndicadores_de_desarrollo_de_turismo_sostenible_para_los_destinos_turisticos.pdf

OMT. (2014). Informe global sobre la industria de reuniones. AM Reports – Miembros Afiliados (7). Recuperado de: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/am_8_meetings_esp-red.pdf

OMT. (s. f.). Sustainable Development of Tourism. Recuperado de UNWTO – Organización Mundial del Turismo: <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>

O'Reilly, A. M. (1986). Tourism carrying capacity: concepts and issues. *Tourism Management*, 7 (4), pp. 254-258.

Pérez Díaz, C. & Páez Escobar, A. I. (2014, enero – junio). El turismo de eventos y reuniones en destinos turísticos maduros: un pilar para la reconversión del producto turístico de Puerto de la Cruz (Tenerife). *Investigaciones Turísticas* (7), pp. 102-135.

Recuperado de:

https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/38441/1/Investigaciones_Turisticas_07_06.pdf

Pérez, P. (2018, 27 de marzo). Madrid quiere involucrar a promotores musicales en el proyecto Reinventing Cities. *APMusicales: El Portal de la Música en Vivo*.

Recuperado de: <http://www.apmusicales.com/madrid-quiere-involucrar-promotores-musicales-reinventing-cities/>

Pérez, P. (2018, 10 de noviembre). APM aborda la falta de regulación en Trovam. *APMusicales: El Portal de la Música en Vivo*.

Recuperado de: <http://www.apmusicales.com/apm-falta-regulacion-trovam/>

Premios Fest. (2019). Ganadores de los VI Premios Fest. *PREMIOS FEST*.

Recuperado de: <https://premiosfest.com/ganadores-2019-2/>

Premios Fest. (2019). Riverland. *PREMIOS FEST*. Recuperado de:

<https://premiosfest.com/festivales/riverland/>

Porras, C. (2019, septiembre). Destinos de costa y de interior ganan reconocimiento y visitantes gracias al turismo de festivales. *Revista HOSTELTUR*, pp. 44-45. Recuperado de: <https://www.hosteltur.com/document/5115>

Powerful Thinking. (s. f.). Festival Vision: 2025. *Powerful Thinking*. Recuperado de: <http://www.powerful-thinking.org.uk/vision2025/>

Riach, B. (2019, 12 de noviembre). Industry Green Survey 2019 – The results are in! *Powerful Thinking*. Recuperado de: <http://www.powerful-thinking.org.uk/industry-green-survey-2019-the-results-are-in/>

Rivas García, J. I. & Magadán Díaz, M. (2007, enero). Los indicadores de sostenibilidad en el turismo. *Revista de Economía, Sociedad, Turismo y Medio Ambiente – RESTMA* (6).

Recuperado de:

https://www.researchgate.net/profile/Jesus_Garcia114/publication/45702208_Los_indicadores_de_sostenibilidad_en_el_turismo/links/5b2692eb458515270fd59d57/Los-indicadores-de-sostenibilidad-en-el-turismo.pdf

Román, F. (2008). Turismo y sostenibilidad: una relación compleja. (1ª Edición). Remedios de Escalada: UNLa – Universidad Nacional de Lanús. ISBN: 978-987-1326-22-8.

RTPA. (2019, 5 de agosto). El Festival Riverland no volverá a coincidir con la Fiesta de las Piraguas. *RTPA Sociedad*. Recuperado de: https://www.rtpa.es/sociedad:El-Festival-Riverland-no-volvera-a-coincidir-con-la-Fiesta-de-las-Piraguas_111565010838.html

SCB. (s. f.). España líder en turismo. Recuperado de: <http://scb.es/por-que-espana/espana-lider-en-turismo/>

Tickermaster. (2019). *State of Play: Festivals UK. Diving into what makes festival-goers tick*. Recuperado de: <https://business.ticketmaster.co.uk/wp-content/uploads/2019/10/State-of-Play-Festivals-UK-2019.pdf>

Turespaña. (2019). Fiesta de Las Piraguas. Descenso Internacional del Sella. *Portal Oficial de Turismo de España*. Recuperado de: https://www.spain.info/es/quieres/agenda/fiestas/asturias/fiesta_de_las_piraguas_descenso_internacional_del_sella.html

Torres Delgado, A. (2010, 2º semestre). Certificaciones ambientales, productos innovadores y redes de cooperación: Iniciativas de turismo sostenible en nuevos destinos de Cataluña. *Revista de Análisis Turístico* (10), pp. 1-8. Universidad de Barcelona: ISSN electrónico: 2254-0644. / Recuperado de: <https://aecit.org/uploads/public/congresos/15/C01.pdf>

Vallina Crespo, J. (2011, 28 de abril). Ecoetiquetas y marketing del turismo sostenible. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/jorgevallina/ecoetiquetas-y-marketing-del-turismo-sostenible>

Yanguas, G. (2016, enero). Economía circular en España. *AENOR* (311), pp. 22-23. Recuperado de: www.aenor.com