



---

**Universidad de Valladolid**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA  
COMUNICACIÓN

Grado Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**Discotecas y música tecno como recurso cultural en Berlín**

Presentado por Paula María González Moya

Tutelado por María de la O Oliva Herrero

Segovia, 11 de julio de 2022



## ÍNDICE

	Pag.
Introducción.....	2
Metodología.....	3
Motivación.....	3
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>Historia de la noche Berlinesa</b>	
1.1. Años 20 y 30.....	7
1.2. Tras la II Guerra Mundial hasta la caída del muro .....	8
1.3. Tras la caída hasta hoy .....	9
1.4. Evolución hacia un producto turístico .....	10
<b>CAPÍTULO II</b>	
<b>Análisis turístico</b>	
2.1. Oferta y demanda.....	13
2.1.1. Oferta	
2.1.2. Demanda	
2.2. El turista.....	15
2.3. Competidores .....	16
2.4. Covid-19 en Alemania.....	18
2.4.1. Impacto en el turismo	
2.4.2. Impacto en los pubs y clubs	
<b>CAPÍTULO III</b>	
<b>Promoción</b>	
3.1. ITB.....	27
3.2. Asociaciones.....	28
3.2.1. Visit Berlin	
3.2.2. Berlin Music Comission	
3.3. Festivales .....	31
3.4. Love Parade.....	33
<b>CAPÍTULO IV</b>	
<b>Propuesta de Desarrollo</b>	
4.1. Análisis DAFO.....	39
4.2. Berlín <i>underground</i> .....	40
4.2.1. Diseño del itinerario	
Conclusiones.....	49
Bibliografía.....	51

## **Introducción**

El objetivo de este trabajo es explicar e investigar el turismo de ocio en Berlín, pero también entender cómo esta ciudad ha conseguido diferenciarse del resto y convertir algo que todo el mundo considera un turismo perjudicial, en un turismo que se busca y se espera. Berlín es una ciudad que recibe millones de turistas al año, pero pocas veces se le atribuyen a su subcultura techno.

Este trabajo se divide en cuatro grandes capítulos en los que se analizan en el turismo en la ciudad y la influencia del ocio en éste.

En el primero se lleva a cabo un marco teórico en que se pretende conocer el contexto histórico de los clubs de la ciudad y cómo han evolucionado a un producto turístico.

Es necesario realizar un análisis turístico de la ciudad para entender así las tendencias y conocer mejor tanto el tipo de turismo como el de turista. Para ello, en el segundo capítulo se realiza un análisis de la oferta y la demanda, del turista y los competidores. No se puede obviar el impacto de la Covid en el turismo mundial ni cómo afecto a los locales de ocio de Berlín. Es necesario entender las pérdidas que ha supuesto la pandemia y cómo estos sectores se han reinventado y han perdurado.

Para que un producto se haga eco en el mundo es necesaria cierta promoción. Por ello en el tercer capítulo investigamos acerca de las distintas plataformas de promoción empleadas en el sector turístico berlinés y en los locales de ocio.

En el cuarto y último capítulo, hacemos un análisis de marketing para llevar a cabo una propuesta de mejora. Dicha propuesta de mejora se centra en aquellos turistas que quieran disfrutar del ocio berlinés, pero no saben cómo.

## **Metodología**

La metodología que ha llevado a cabo es:

- Recogida de la información necesaria mediante artículos de prensa y documentales para entender la historia del ocio en Berlín y su influencia en el turismo.
- Consulta en internet de los datos del sector turístico.
- Interpretación de las estadísticas y elaboración de un análisis turístico.
- Elaboración de un trabajo escrito en el que se exponen estos datos de una forma comprensible, con el fin de poner en relevancia la importancia del ocio nocturno en Berlín y sus posibles mejoras.

## **Motivación**

Tras conocer el tema principal de mi trabajo de fin de grado, turismo germánico, mi primera reacción fue pensar en las fiestas de Berlín y en cómo siempre ha sido algo que me gustaría experimentar.

El ocio nocturno de Berlín constituye un tema del que he oído hablar durante años, la exclusividad y el carácter único que lo diferencia de las demás ciudades me resulta intrigante.

Durante la pandemia supe de la propuesta de las discotecas a la UNESCO para ser consideradas patrimonio inmaterial de la humanidad. Desde un punto de vista de estudiante de turismo, me pareció interesante analizar cómo en Berlín habían conseguido convertir un turismo que a muchos países les parece molesto e innecesario en uno de los recursos más importantes y por el que merece la pena invertir.

Por otro lado, gracias a las redes sociales, he sido capaz de conocer más acerca de Berlín, sus estilos de vida, su forma de actuar, su forma de vestir... Esto ha reforzado mis ganas de conocer esta ciudad y entender el porqué de esta expresión cultural.



**CAPÍTULO I**  
**HISTORIA DE LA NOCHE BERLINESA**



## 1.1. Años 20 y 30

“Los años entre la I Guerra Mundial y la Gran Depresión fueron un periodo de excitación, movimiento y una nueva, más rápida, forma de vivir” (Amidon, 2014)

Posteriormente a la primera Guerra Mundial, los ciudadanos de Berlín buscaban una forma de divertirse y olvidar lo que había ocurrido en los anteriores años. Por ello, los clubs de jazz se convirtieron en lugares muy frecuentados en la noche Berlinesa. Estos clubs eran lugares clandestinos situados alrededor de *Alexanderplatz* y *Friedrichstraße*. En ellos podían encontrarse altos rangos del gobierno y ejército, empresarios o divas de la época.

Gays, lesbianas y transexuales encontraron un lugar seguro donde podían ser ellos mismos sin ser juzgados, y las mujeres podían divertirse sin sentir la presión que sentían en su día a día. La noche de Berlín se convirtió en sinónimo de lujuria y pecado. “La República de Weimar proporcionó a los alemanes, entre 1919 y 1933, un grado de libertad que en algunos lugares de Europa no se alcanzaría hasta los noventa” (Altares, 2020).

Uno de estos establecimientos era Eldorado, un club LGTB que ha perdurado hasta el día de hoy. Gracias a esto, se hizo muy conocido en toda Europa estableciéndose como una atracción y con ello, convirtiendo la ciudad en un destino turístico de ocio y fiesta.



Figura 1 Wikipedia. (s.f.). [Fotografía de la fachada del club Eldorado].



El escritor Christopher Isherwood describió en su obra *Goodbye to Berlin* las noches de cabaré que se daban a diario en la ciudad. Describía esa sensación de libertad incluso con las leyes en su contra y el rápido auge de los nacionalistas alemanes. Esta obra, publicada en 1939 tras la huida de Isherwood de Berlín, dio lugar a varias adaptaciones siendo la más famosa *Cabaret*, el exitoso musical conocido mundialmente que hace referencia a las largas noches de los años 20 y 30. (Isherwood, C., 1939)

## 1.2. Tras la II Guerra mundial hasta la caída del Muro

Tras la Segunda Guerra mundial, Berlín fue dividida entre Estados Unidos, Inglaterra, Francia y la Unión Soviética. Mientras que los soviéticos impulsaron un toque de queda a las 10 de la noche para bares y pubs, en el resto de los países se generó una rivalidad entre éstos para ver quién cerraba más tarde, hasta que un famoso dueño de hoteles, Heinz Zellermyer, estableció que se deshiciesen de la hora de cierre. Éste aseguraba que limitar las horas de los clubs vulneraba los derechos de las personas y creaba conflictos a la hora de tener que expulsar a los clientes, ya borrachos, de los distintos establecimientos.

En 1961 se construyó el muro de Berlín, un muro de hormigón de 112 kilómetros separando el este y oeste de la ciudad creando una notable desigualdad ente los dos sectores



Figura 2: Fotografía de archivo de agosto de 1961 de la construcción del Muro de Berlín en la calle Bernauer de Alemania. ABC Historia.

La construcción del muro trajo consigo numerosos movimientos políticos en ambos lados de la ciudad. El sentimiento anticapitalista crecía en el lado oeste, con la oposición a la guerra de Vietnam y el descontento de los berlineses con las relaciones de sus políticos con dictadores de Oriente Medio. Los nuevos movimientos políticos buscaban un nuevo sistema centrado en la comunidad y la autogestión, pero separándose del comunismo autoritario de la URSS. Movimientos políticos liderados por estudiantes como *Benno Onnesong*, asesinado por la policía durante unas protestas, o *Rudi Dutschke*, uno de los activistas más reconocidos, que tuvo que huir de Berlín debido a los ataques recibidos por parte de neonazis.

En esta época se formó la primera comunidad autogestionada llamada *Kommune I* fue formada. Una casa okupa creada por siete hombres y dos mujeres donde se realizaban conciertos, se consumían sustancias y se practicaba la no propiedad privada. Rechazaban el modelo de familia alemán, del que aseguraban que tenía la culpa del acceso al poder de los nazis.

Muchos consideraron que esta revolución no fue tanto política, sino que fue una revolución cultural mediante la que los habitantes de Berlín cambiaron su forma de ser, vestir y vivir.

La zona este gozaba de innovación musical, fiestas y nuevos géneros, mientras que la zona oeste estaba anclada en bares y pubs donde únicamente se escuchaba rock, y donde poder disfrutar de la nueva música electrónica solo era posible gracias a una emisora de radio. (Hockenos, P., 2017).

### **1.3. Tras la caída hasta hoy**

No fue hasta la caída del muro de Berlín cuando se empezó a formar lo que conocemos hoy como la escena techno de Berlín. La unificación de este y oeste de la ciudad y la sensación de libertad generó nuevos subgéneros de la música electrónica, haciendo de ésta el epicentro de este género. También las numerosas fábricas abandonadas de la parte este de la ciudad generaron un ambiente perfecto para las interminables fiestas que se daban en la ciudad. Pasó de ser una escena *underground* en el Berlín de la guerra fría, a convertirse en el lugar idílico para los amantes de esta música no solo en el país, sino en toda Europa.

## 1.4. Evolución hacia un producto turístico

Actualmente gran parte de los turistas, algo más de la mitad, son jóvenes, por lo que el interés por la historia de la ciudad pasa a segundo plano y cada vez hay más interés por visitar los famosos clubs y la fiesta de la famosa capital. Se calcula que cada fin de semana estos clubs reciben 15000 turistas, un total de tres millones de personas al año, según un estudio de 2018. El famoso club *Berghain*, abierto durante días, estima que dos tercios de su clientela son extranjeros.

Las discotecas de Berlín se han convertido en una gran fuente de ingresos para la ciudad. El estudio realizado por *Club Commission* en 2018 estima que cada turista que visita estos clubs tiene un gasto de unos doscientos euros al día lo que se resume en un poco menos de 1.5 mil millones de euros y da empleo a algo más de 9000 personas (The Local Germany, 2019). En este mismo año el ayuntamiento aprobó una ayuda de un millón de euros para insonorizar estos locales, lo que les permitiría seguir funcionando sin molestar a la población local.

Analizando estos datos, podemos entender cómo Berlín ha conseguido diferenciarse de las otras capitales del mundo convirtiendo la fiesta en un recurso más allá de ocio, y siendo capaces de conseguir que esto se constituya como recurso cultural. Las personas no van a Berlín solo para salir de fiesta y beber alcohol, van para poder vivir, de primera mano, la cultura berlinesa, su música, su forma de actuar, su forma de divertirse. Conocer la cultura del pasado ya no es el único motivo por el que las personas visitan Berlín. Poder conocer la cultura actual, la sociedad, poder escuchar su música y poder bailar en sus famosos clubs es ahora una de las principales razones para viajar a la ciudad. Lo que en muchas ciudades es conocido como un turismo de borrachera en Berlín va más allá. Todo esto, es lo que hace de la capital un lugar único.

Sus 226 discotecas registradas, reconocidas ahora como parte fundamental del sector cultural de la ciudad por el gobierno alemán (tanto a nivel estatal como federal) (Mallikan, 2021).

## **CAPÍTULO II**

### **Análisis turístico**



“El desarrollo turístico de muchas ciudades evidencia la existencia de un interés mutuo entre el turista y la ciudad. El turismo se concibe como un pilar para el desarrollo económico, lo que lleva a muchas ciudades a esforzarse en potenciar su atractivo.” (Martos y Pulido, 2010)

## **2.1.Oferta y demanda**

### 2.1.1. Oferta

Se define como oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y sociocultural, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos oferentes o vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado, para ser usado o consumido por los turistas (Socatelli, 2018).

Cuando hablamos de la oferta no solo nos referimos a los establecimientos hoteleros o empresas turísticas, establecimientos que solo los visitantes usan. También hay que considerar todos los recursos culturales, gastronómicos, naturales... del destino. Todas las infraestructuras e instalaciones que hacen posible que un destino funcione, tanto para sus habitantes como los visitantes, son considerados oferta turística.

- Planta turística: todo producto y servicio dirigido especialmente al turismo forma parte de la planta turística. La ciudad de Berlín, en 2019, contaba con un total de 803 establecimientos hoteleros y 150.346 camas, lo que supone un crecimiento del 0.6% en los establecimientos y 2.5% en las camas respecto a 2018. De estos hoteles, el 43% son de 3 estrellas y un 5% de 5 estrellas. Si nos fijamos en Tripadvisor, podemos encontrar aproximadamente 1500 alojamientos en Berlín, por lo que deducimos que hay 600 alojamientos extrahoteleros como apartamentos o albergues. Por lo que a la restauración respecta, encontramos más de 5000 restaurantes en la ciudad. (Collier International, 2019)

- **Atractivos:** para que exista turismo en un destino hace falta incentivos que promuevan el turismo. Berlín cuenta con cinco museos principales, numerosos monumentos, sobre todo relacionados con la segunda guerra mundial como el muro o el monumento al Holocausto. Aunque podría considerarse planta turística hay que reconocer que tanto los clubs como los pubs de la ciudad son en realidad atractivos pues congregan a numerosos visitantes anualmente.
- **Infraestructura:** para que los visitantes se desplacen por y hasta la ciudad, así como para cubrir las necesidades humanas básicas, hace falta una buena infraestructura. El aeropuerto de Tegel es el principal receptor de turistas de la ciudad, a tan solo 20 minutos, y también existe el de Brandeburgo 20 kilómetros al sur. Para moverte por la ciudad cuentan con numerosos medios de transporte públicos como el tren de cercanías—con 16 líneas— tranvía— con 22 líneas— metro— con 10 líneas— y autobús— con 300 líneas— por lo que moverse no supone ningún problema.
- **Superestructura:** para que estos recursos turísticos funcionen hace falta que corporaciones tanto públicas como privadas, internacionales y nacionales se hagan cargo de su pleno crecimiento e impulso.

### 2.1.2. Demanda

La demanda es el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades. Económicamente, la definimos como la cantidad de “producto turístico” que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado un precio determinado (Organización Mundial del Turismo, 1995).

Dentro de esto la OMT, también hace una distinción de tres grupos distintos dentro de la demanda turística:

- Turismo doméstico el de aquella persona que realiza un viaje dentro de su propio país.
- Turismo receptor que hace referencia a aquellas personas extranjeras que visitan un país.
- El turismo receptor que se enfoca en la persona residentes de un país específico y visitan el extranjero. (Socatelli, 2015)

En 2019 llegaron 13,96 millones de personas a la ciudad, un 3.4% más que en 2018. Hubo un total de 34,12 millones de pernoctaciones suponiendo un 3.8% más que en 2018, por lo que las pernoctaciones por persona fueron de 2,4 noches. Se puede observar un crecimiento mayor en las pernoctaciones tendencia que se lleva produciendo desde hace años. Desde 2009 las llegadas han aumentado un 69%, pero las pernoctaciones un 81%. Vemos como el turista a lo largo de los años, ha decidido pernoctar más en la ciudad. La ocupación anual fue del 61.4%, un 1.1% más que en 2018. Esto coloca a Berlín como séptima ciudad alemana en el ranking de ocupación hotelera, pero segunda si solo consideramos los turistas extranjeros, con Múnich en primera posición.

El crecimiento de la demanda en Berlín está superando con creces a la oferta turística. El aumento tan acelerado de los últimos años no concuerda con lo que la ciudad ofrece, sobre todo por lo que respecta a los establecimientos hoteleros. Berlín todavía no ha conocido el límite de su demanda, pues todavía no se observan indicios de una posible saturación. (Visit Berlin Annual Review 2019, 2020)

## **2.2.El turista**

Entre los turistas que la ciudad recibe, se pueden hacer dos grandes distinciones: turistas nacionales, que supusieron el 60% en 2019, y turistas internacionales, que supusieron el 40%, de los cuales más del 70% eran europeos. Los principales países emisores de turistas son -Inglaterra, que, aunque siga primero en el ranking bajó un 7% respecto al 2018, -España que aumento casi un 10%- Italia y Holanda. Los países fuera de Europa son los Estados Unidos y, muy por detrás, Israel -que



respecto al 2018 ha bajado un 12.2%- y China. Hay que destacar algunos países que han sorprendido respecto a años anteriores, como Ucrania -que aumentó la emisión de turistas más de un 40%- o Estonia -con un 35.4% más.

Según los datos de visitantes, los turistas que más noches pernoctan son de Alemania, Inglaterra, España, Italia y Holanda. Los porcentajes de pernoctaciones se asemejan más entre los turistas nacionales, con 54% de estas los turistas internacionales representan el 46%. (Visit Berlin Tourism statistics 2019, 2020)

Las personas que visitan Berlín se pueden diferenciar en dos grupos principales, el turista cultural y el turista de ocio.

El turismo cultural es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, disfrutar y consumir los atractivos/productos materiales e inmateriales de un destino turístico (OMT, 2003). Berlín es una ciudad con mucha historia, sobre todo en el siglo XX con las guerras mundiales, por lo que el turismo bélico destaca entre sus visitantes. Podemos encontrar numerosos museos, monumentos, e incluso en las propias calles es posible aprender sobre su historia y sobre la cultura que tuvieron y tienen hoy en día.

Aunque Berlín ha conseguido convertir lo que en otras ciudades es un turismo de ocio en un turismo cultural, deberíamos hacer una distinción entre los turistas que realizan cada actividad. Miles de personas visitan la ciudad con el simple objetivo de salir de fiesta y conocer la famosa vida nocturna. Los clubs de la famosa música techno se llenan de gente cada noche no solo de residentes, sino de extranjeros también, incluso los dueños de los clubs admiten que suponen grandes ingresos y un porcentaje elevado de los asistentes diarios.

### **2.3. Competidores**

Para poder analizar los principales competidores de Berlín, es necesario tener en cuenta las tipologías más importantes de turismo que recibe la ciudad. El turismo cultural y de ocio prevalece entre los demás, por ello se estudiarán otras ciudades

nacionales e internacionales que, como Berlín, reciben miles de turistas con el mismo objetivo.

Dentro de Alemania encontramos Fráncfort con una cultura claramente similar, ya que está en el mismo país, aunque no con tanta importancia en la segunda Guerra Mundial. La escena tecno es también famosa, pues fue, a la vez que Berlín, ciudad pionera en este género incluso más innovadora. Al no ser tan conocida puede traer consecuencias tanto positivas como negativas a la ciudad, como, por ejemplo, aquellos que buscan estar rodeados de menos gente la prefieran y, el propio desconocimiento que no haya tanto interés por visitarla.

Si nos fijamos en las ciudades europeas, las dos principales de Polonia -Cracovia y Varsovia- ejercen un gran papel competidor. Son ciudades con gran historia igual que Berlín, vivieron la segunda Guerra Mundial y sus consecuencias. El turismo cultural realizado tanto en Alemania como Polonia son muy similares y en muchas ocasiones es el mismo, relacionado con las guerras del siglo pasado y sus consecuencias.

La proximidad a Berlín hace que aquellos que tengan que realizar el mismo esfuerzo para desplazarse a alguna de las ciudades nombradas decidan las polacas debido a su coste de vida tan bajo. Los precios y lugares de fiesta de Cracovia y Varsovia son ideales para aquellos que viajan con un presupuesto más bajo, pero quieren disfrutar de los mismos servicios.

Ciudades como Ibiza -en España- o Ámsterdam -en Países Bajos- son conocidas en Europa por sus grandes actos nocturnos y su diversidad. Al igual que Berlín estas ciudades realizan celebraciones sin fin donde nadie es juzgado y, en muchos casos, la música electrónica es la protagonista. Ambas son capitales de la fiesta en sus respectivos países lo que hace de estas unas grandes competidoras.

Cada una de las ciudades tiene características únicas que las diferencia del resto. Estas características constituyen muchas veces las razones por las que el turista preferirá desplazarse a estos lugares antes que a Berlín. La posibilidad de realizar un turismo de sol y playa en Ibiza será un motivo de peso para visitar esta ciudad, sobre todo para aquellos turistas del norte de Europa. Tampoco hay que pasar por alto que la legalidad de la marihuana en Ámsterdam atrae a miles de turistas e

incluso genera preferencia entre los más jóvenes, que buscan cierto sentimiento de libertad.

Si bien para que un país destaque entre sus competidores hará falta una competitividad turística, tendrá que crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores (Hassan, 2000). “la capacidad de un país para crear valor añadido e incrementar de esta forma el bienestar nacional mediante la gestión de ventajas y procesos, atractivos, agresividad y proximidad, integrando las relaciones entre los mismos en un modelo económico y social” (Ritchie i Crouch 2000)

## **2.4. Covid-19 en Alemania**

"La crisis económica mundial más grave desde la Gran Depresión de la década de 1930" (Timo Wollmershäuser, 2020)

Al realizar un análisis turístico, aunque los datos hasta 2019 sean positivos y la pandemia es un caso excepcional, no se puede pasar por alto lo que la Covid ha supuesto para la economía y, sobre todo, para el sector turístico y de ocio.

Cuando la Covid-19 llegó a Alemania en marzo, este país, como muchos otros de la Unión Europea, decidieron restringir la actividad en la vía pública, cerrando locales de ocio, tiendas, gimnasios... y dejando abiertos solo los establecimientos necesarios. Durante la primera y segunda ola Alemania se posicionó como uno de los mejores países en hacer frente al Covid. Realizando la mayor inversión de su historia “Alemania priorizó la salud sobre la economía, sin olvidarla” (Jiménez Segovia, 2020).

Se calcula que Alemania perdió el 10% de su PIB entre los años 2020 y 2021, con "una deuda pública más alta, niveles educativos más bajos y un aumento en la digitalización, que está cambiando la economía a través del trabajo a distancia y la venta minorista en línea" (Timo Wollmershäuser, 2020)

Se pusieron en marcha numerosas ayudas económicas y sociales para asegurar que la población alemana sufriese el menor de los impactos de la Covid. Ayudas

directas a los ciudadanos que habían perdido sus empleos o veían difícil compaginar el trabajo y los efectos de la Covid, como el cuidado de niños que ya no iban a la escuela; ayudas también a las empresas para el acceso a créditos o, la posibilidad posponer los pagos de los intereses. Debido al confinamiento, la violencia de género sufrió un aumento, por lo que el Gobierno puso en marcha un teléfono para atender a las víctimas.

Las numerosas restricciones ayudaron a frenar la propagación de la Covid causando el contento de la mayoría de la población tras ver que eran efectivas. A su vez, surgieron numerosas protestas que cuestionaban hasta dónde estas restricciones chocaban con las libertades individuales. Surgieron pequeñas protestas en las ciudades más grandes del país, pero en ningún momento supusieron un gran porcentaje de la población. En varias ocasiones los jueces dictaminaron ilegítimas ciertas medidas impuestas por los políticos, ya que suponían una vulneración de los derechos de las personas.

No fue hasta vísperas de las navidades de 2021 cuando Alemania se vio golpeada por una ola incontrolable de casos de la Covid. Cada día se batían récords de fallecimientos, hospitalizados y positivos. El avance de la variante Ómicron puso en jaque a casi toda la Unión Europea, que ya se veía cerca de considerar la Covid como una enfermedad más. Aunque había indicios de un crecimiento en septiembre de este año, no fue hasta octubre cuando el gobierno se vio desbordado con la situación. Por primera vez, la falta de personal cualificado y la falta de camas en los hospitales afectó al país, suponiendo esto un gran problema para hacer frente a esta ola.

A partir de octubre se aprobaron nuevas restricciones, parecidas a las de la primera ola locales de ocio cerrados o limitaciones en las reuniones sociales, pero no fueron suficientes, pues la época estival hizo que las aglomeraciones aumentaran y con ello los casos. Los hoteles cerraron sus puertas al turismo y los famosos mercados de navidad no se pudieron celebrar, lo que supuso numerosas pérdidas económicas.

El 20 de marzo de 2022 se suprimieron la mayoría de las restricciones, aunque Alemania seguía registrando récords en positivos diarios.

#### 2.4.1. Impacto en el turismo

“La pandemia ha impactado duramente en el turismo, la gastronomía, las ferias y congresos de Berlín y, al mismo tiempo, ha puesto de manifiesto la importancia del sector para la economía y la cultura de nuestra ciudad” (Kieker, 2020).

Debido a la crisis del Coronavirus, en 2020 solo hubo una tercera parte de los turistas recibidos en 2019. Se estima que solo 4.3 millones de personas visitaron Berlín y pernoctaron 12.3 millones, casi cuatro noches de media por persona, casi el doble comparado con 2019. Desde 2001 no había cifras tan bajas ni de visitas ni de pernoctaciones. Hubo una gran diferencia entre turistas nacionales e internacionales, con un 70% y un 30% respectivamente. Esto se produjo a consecuencia de las restricciones de viaje, ya que moverse internacionalmente resultaba casi imposible en muchos de los casos. (Visit Berlin Tourism statistics 2020, 2021)

Las expectativas de cara a 2021 eran muy positivas esperando volver a la realidad previa a la pandemia, aunque manteniendo algunas normas de distanciamiento social y las mascarillas. Gran parte del año se llevó a cabo con normalidad, sin una normativa muy restrictiva, pero aun así no se consiguió alcanzar las cifras de 2019.

Los datos muestran que hubo una pequeña mejora con respecto a 2020 con un incremento del 3.7% en las visitas algo más del 13% en las pernoctaciones. Mas de 5 millones de personas visitaron Berlín en una campaña de verano fuerte. Octubre fue el mes que más turistas atrajo, con casi el 20% de las visitas que se produjeron en ese año. Comparando con los datos prepandemia, se alcanzaron el 37% de llegadas y más del 41% de las pernoctaciones. Como en 2020, la mayoría de los turistas eran de origen nacional y, las llegadas internacionales, provenían de países vecinos como Países Bajos o Dinamarca. (Visit Berlin Tourism statistics 2021, 2022)

Consecuentemente con la pérdida tan drástica de turistas también acarreo grandes pérdidas económicas y laborales. Se estima que, solo en los primeros dos meses de pandemia, el sector de la hostelería y restauración obtuvo unas

pérdidas de diez mil millones de euros. Debido a la prohibición de viajes sin motivos de residencia o trabajo, esta cifra no haría más que crecer. Por ello, al ser el turístico el sector más golpeado por la pandemia, debido a la imposibilidad de ejercer su actividad, el gobierno puso en marcha varias ayudas, como la bajada del IVA para restaurantes cafés y bares del 17% al 9% entre el 1 julio de 2020 hasta el 31 de julio de 2021.

Por causa de la pandemia la creación de empleo se ha visto afectada tras catorce años consecutivos de crecimiento. El sector servicios fue el más golpeado con el 60% de los empleos perdidos debido al cierre de la actividad comercial y turística. (Basque Trade and Investment, 2020)

#### 2.4.2. Impacto en los pubs y clubs

“*Tanz Verboten*”, o "Baile Prohibido": sobrenombre con el que se conoce la prohibición de las fiestas de baile en interiores de la ciudad para frenar la propagación de la COVID-19” (Mallikan, 2021)

Tras la primera ola, todos los locales no esenciales cerraron sin saber cuándo volverían a abrir, y los pubs y clubs no fueron una excepción. Aunque fue algo distinto para estos, pues, al ser lugares de grandes aglomeraciones donde respetar las medidas de seguridad era casi imposible. Permanecieron cerrados un total de 19 meses, sin excepciones, mientras que bares y restaurantes empezaron a ver la luz tres meses después de la primera ola, aunque cumpliendo con ciertas normas como aforo o distancia de seguridad. Los clubs y pubs se quedaron sin fuente de ingresos.

Fue en octubre de 2021 cuando pudieron abrir sus puertas a la música y el baile por primera vez desde hacía mucho tiempo. Aun así, había ciertas medidas de seguridad que había que cumplir, como el certificado de vacunación o una prueba Covid negativa. Cabe mencionar que, durante las campañas, numerosos clubs ofrecieron sus establecimientos como puntos de vacunación, incluso proporcionando DJs para hacer las largas esperas más entretenidas. Esto ayudó a los clubs a dar una imagen de seguridad, y de que estaban volcados en la erradicación de la enfermedad que tanto daño había causado en el mundo.



*Figura 3 Salgado Escudero, Ruben (2021) Un asistente a una fiesta se somete a una prueba gratuita de antígenos COVID-19 de "Corona Bike", un servicio de pruebas móviles frente a un club de Berlín en agosto de 2021. La iniciativa privada realizó la prueba a una media de 1.000 asistentes de club. [Fotografía] National Geographic*

Todo esto resultaron ser buenas noticias para estos clubs hasta que, dos meses después, el gobierno prohibió bailar en los locales, por lo que el 80% de estos decidió cerrar debido a la nueva ola que afectaba fuertemente al país, como nunca antes. (Millikan, 2021)

Tras dos años de cierre, los clubs tuvieron que buscar como atraer de nuevo a sus clientes de siempre y, sobre todo, a los más jóvenes, que probablemente han pasado sus primeros años de mayoría de edad encerrados, por lo que habrían buscado alternativas a los clubs.

Claramente, una de las estrategias más importantes del sector fue permitir a todas las personas vacunadas de la Covid, entrar a los locales y poder gozar de toda libertad dentro, sin distancia de seguridad ni mascarillas.

Un grupo llamado *Rave The Planet* propuso que los clubs de la ciudad fuesen nombrados patrimonio cultural inmaterial por la UNESCO. “El patrimonio cultural inmaterial o “patrimonio vivo” se refiere a las prácticas, expresiones, saberes o técnicas transmitidos por las comunidades de generación en generación” (Organización de las Naciones Unidas por la educación y la cultura, 2003). Esto protegería a los clubs de la gentrificación, pero también

les ayudaría a recibir subvenciones si se diese otro periodo en el que tuviesen que cerrar. Esto ya ocurrió en el año 2020 cuando un juez dictaminó que el techno era un género de música, por lo que los clubs pudieron solicitar y recibir subvenciones.

Los trámites solo están en su primera fase por lo que se podría alargar hasta diez años. Si se aceptase la propuesta de patrimonio inmaterial, la escena techno de Berlín pasaría a ser, por fin, un acontecimiento cultural reconocido.

*Berlin Club Comission* y *Landesmusikrat Berlin* colaboraron para crear el proyecto *Transform Music*, para buscar una relación entre la música y la tecnología. Tras la Covid, buscar alternativas seguras en la cultura ha sido fundamental para que este sector perdure y músicos y organizadores presentan sus ideas y proyectos basados en la sostenibilidad y tecnología. Estos proyectos se realizan, en conjunto, para poder así aprender en común. También dan información sobre cómo digitalizar el sector para los músicos o promotores que estén interesados. Se basan en tres áreas importantes: conferencias, conciertos y producciones virtuales. Aunque actuaban principalmente alrededor de la Covid, no descartan que digitalizar el sector sea fundamental a día de hoy, pues las tecnologías avanzan más rápido de lo esperado y supondrá una gran oportunidad para llegar a más personas.





## **CAPÍTULO III**

### **Promoción**



“La Promoción Turística contempla la difusión de un destino turístico. Es decir, llevar a cabo acciones (tanto online como offline) con el objetivo de dar a conocer un lugar. Para ello, es importante fijarse los objetivos de promoción, es decir, cómo queremos que el turista perciba nuestro destino” (Visiones del turismo, 2019)

### **3.1.ITB**

“Las ferias de turismo son eventos de carácter público y periódico que tienen como finalidad primordial la exposición, muestra y difusión de la oferta de bienes y servicios del sector turístico, para contribuir a su conocimiento y comercialización” (Fayos, Sancho y Sánchez, 1997)

ITB Berlin o *Internationale Tourismusbörse* es la feria de turismo más importante mundialmente y se celebra desde 1965 en Berlín cada marzo. Esta feria está organizada por la *Messe Berlin GmbH* con el objetivo de reunir a los profesionales del turismo y a todos los grupos que toman parte del desarrollo del turismo en un destino.

Promocionar los numerosos destinos es fundamental para el desarrollo de esta feria. Destacan las relaciones personales entre cliente y asociación, así como el fomento del uso de las nuevas tecnologías y la digitalización del sector.

Cuando hablamos de la ITB como la más importante de las ferias de turismo, hacemos referencia a la internacionalización de esta. Cuenta con más de diez mil stands de más de 180 países, tres cuartas partes de ellos están ocupados por asociaciones y grupos extranjeros.

La última feria se celebró en 2019 con más de ciento sesenta mil asistentes de los cuales más de ciento diez mil eran visitantes comerciales. Debido a la Covid, no se ha podido celebrar esta feria que, con suerte, volverá en 2023. En 2022, tras cancelarse la feria debido al avance de la variante Ómicron, la ITB puso en marcha una serie de conferencias online en las que participaron 223 expertos y a las que asistieron más de sesenta mil personas de 125 países distintos. Este evento se calificó como un éxito, pues se firmaron numerosos contratos y se afianzaron miles de relaciones profesionales. (ITB, 2021)

Pese que el objetivo de esta feria no es promocionar Berlín como destino principal, la exposición mediática y la importancia que se le da a la ciudad en el sector es favorecedora. La participación de tantos países hace que, indirectamente, Berlín se promoció en el extranjero.

### **3.2. Asociaciones**

La creación de portales y asociaciones es fundamental para el desarrollo del sector turístico. Apoyar a todos los grupos implicados en el sector y favorecer la relación con el cliente, hacen de un producto un éxito. Por eso *Visit Berlin*, centrado en el marketing y las ventas, o *Berlin Music Comission*, agrupación centrada en el apoyo al sector de la música, colaboran en el desarrollo positivo del turismo de ocio en Berlín.

#### 3.2.1. Visit Berlin

*VisitBerlin* es el portal oficial de marketing de la ciudad y principal promotor de turismo y convenciones. Encargado de entablar relaciones políticas con empresas y con la sociedad para impulsar Berlín como destino turístico en el futuro. Su objetivo es crear un turismo que pueda compaginar la vida urbana con la sostenibilidad. Podemos encontrar itinerarios con distintas temáticas, compra de tiques para eventos y museos, hoteles, transporte...

Encontramos un itinerario específico dedicado a la vida nocturna y los clubs, así como toda la información necesaria para salir por la noche por la ciudad. Cualquier persona interesada en vivir la noche berlinesa puede encontrar qué hacer en esta página, que no solo se centra en las famosas discotecas de techno. Aunque ese sea el género más conocido de la ciudad, *VisitBerlin* ofrece numerosas experiencias alrededor del jazz o la música clásica.

Podemos conocer los distintos barrios de la ciudad con temáticas totalmente distintas, desde la zona más urbana y moderna para los más jóvenes, hasta lugares históricos donde se puede probar las famosas cervezas alemanas. También cabe destacar los barrios LGTBI+ *friendly*, donde todas las personas del colectivo pueden encontrar lugares de interés y seguros.

Numerosos espectáculos se desarrollan en la ciudad durante el año y gracias a *VisitBerlin*, es posible encontrar información de todos estos, así como poder comprar las entradas.

Si nos centramos en el apartado de entretenimiento para mayores de edad podemos encontrar un listado de todos los clubs de fiesta de Berlín, su localización, un pequeño resumen de sus historias, e incluso cómo llegar en transporte público

### 3.2.2. *Berlin Music Comission*

Esta asociación formada por 164 participantes, desde discográficas a colegios, están especializados en conectar a los distintos clubs con posibles inversores y socios para construir una industria sostenible y conectada, que esté basada en la comunidad y no en la rivalidad. Representan a todo el colectivo involucrado en la música en el país, legalmente, políticamente y otros muchos sectores. Por ello, forman parte de distintas asociaciones y comités.

El desarrollo de estos espacios es su principal actividad. Crean espacios en los que, con ayuda de consultas, eventos, trabajos en grupo y lugares con tecnología para la música, los socios de este grupo pueden intercambiar ideas y conocimientos con los demás compañeros.

Se organiza una conferencia anualmente llamada *Most Wanted: Music*, donde se habla de diferentes temas, como la digitalización o un enfoque sostenible y diverso del sector.

Respecto al intercambio de ideas, realizan el *nxtB: now* donde personas de la industria pueden encontrar soluciones a sus problemas para mejorar en sus establecimientos. En esta ocasión también se hace partícipe a personas de fuera del sector, pues tener un punto de vista externo puede hacer mejoras.

Una vez al mes se lleva a cabo el *Consultation Music Business*. “El foco principal de este evento es el desarrollo de estrategias para las empresas, el asesoramiento en cooperación y financiación, la gestión de las finanzas, los

derechos de autor y la optimización y gestión de procesos” (*Berlin Music Comission*).

Promocionarse internacionalmente es uno de los principales objetivos del sector de ocio. Con el programa *Music Ambassador* buscan reforzar las relaciones nacionales e internacionales de distintas ciudades a través de la música. El apoyo a pequeñas y medianas empresas en la industria musical internacional es fundamental para un crecimiento económico y sostenible. Su principal tarea es, como bien he dicho antes, promocionar internacionalmente Berlín como lugar musical y recolectar todas las experiencias vividas para poder aplicarlas. Su principal enfoque está en esas actividades centradas en el intercambio de ideas y conocimientos, tanto de Berlín como las demás ciudades involucradas en este proceso. Todo esto da pie, principalmente, a proyectos o conferencias conjuntas, incluso actividades para reforzar dichas relaciones entre distintos países. Podemos encontrar proyectos con España, en Barcelona con el *Sónar+D* o en Ibiza con *International Music Summit*.

Anualmente, desde 2007, se celebra un concurso llamado *Listen to Berlin*, donde se busca el sonido más actual para crear así una recopilación musical en una plataforma única donde queda inmortalizado. Los participantes deberán ser de Berlín, lo que ayuda a fomentar la música entre los ciudadanos. Desde que existe este proyecto, se han publicado más de cuarenta mil CDs y un total de mil ochocientos artistas han participado.

También es importante el ámbito social y el fomento de la diversidad e igualdad en el sector. Así pues, el *Berlin Music Comission* es el principal inversor de la *musicBwomen*. Esta agrupación anima a lo que llaman flinta<sup>1</sup> el término se utiliza para ilustrar que “no solo las mujeres experimentan discriminación en función de su género, sino también otros géneros que se identifican fuera del orden binario mujer/hombre” (BMC), a participar en consultorios y eventos educacionales. Se encargan de visibilizar los números problemas que se encuentran estas personas a la hora de entrar en el sector y

---

<sup>1</sup>Termino empleado para referirse a mujeres, lesbianas, intersexuales, personas no binarias, sin género y transgéneros

de darles así una plataforma en la que trabajar. No solo es un lugar en el que promocionarse también se puede encontrar soluciones a los problemas que puedan surgir, así como tener una comunidad de apoyo.

Por último, existe la *Zukunftsmusik*, un grupo creado por jóvenes para jóvenes en 2020 como lugar de encuentro para discutir cara a cara sobre problemas e innovaciones en la industria. El principal objetivo es crear nueva música, nuevas políticas y contenido en los medios. Desde que este grupo existe han creado un *ep (extended play)*<sup>2</sup> de siete canciones y están en trámites de participar en conferencias, conciertos y charlas. (Berlin Music Commission)

### 3.3.Festivales

“Los festivales, que son un factor importante en la diversificación del producto turístico, son los eventos que se realizan para celebrar, conmemorar o compartir los valores únicos de la sociedad en intervalos de tiempo específicos.” (Giritlioğlu, 2015)

A lo largo del año, pero sobre todo en los meses de verano, Berlín se convierte en anfitrión de numerosos festivales de distintos géneros de música, pero destacan los festivales de música electrónica, algunos de éstos incluso promocionados por los propios clubs de la ciudad. Festivales en los que se expone la escena musical de la ciudad y, muchas veces, de las distintas artes como la pintura, la fotografía o la danza, son una clara exposición de la cultura de Berlín.

Como principal festival o festival más internacional se celebra el *Lollapalooza*, que podemos encontrar en numerosas ciudades del mundo como Chicago, Estocolmo o Buenos Aires. Este festival se celebra en Berlín para darle fin a los cien días de verano. Presenta numerosos artistas conocidos mundialmente, pero también muchos artistas nacionales, sobre todo DJs de la escena musical. Este festival atrae cada año a, aproximadamente, setenta mil personas. (Valentinetti, 2020)

---

<sup>2</sup> Colección de canciones que un músico usa para mostrar su talento en primera instancia



El *Pop-Kultur* es un festival celebrado desde 2015. Como muchos de los celebrados en Berlín, no solo se centra en la música, sino que pretende manifestar la diversidad cultural y sexual que se puede encontrar en Berlín. Mezclas de numerosos géneros musical pueden ser escuchados anualmente a finales de agosto. Este festival funciona como plataforma empleada por artistas berlineses para darse a conocer y mostrar toda la cultura que la ciudad ofrece. (Cummings, 2022)

El *Nation of Gondwana* se celebra desde 1995 a las afueras de Berlín en un claro de un bosque que, debido a la ley, solo puede albergar a 8000 personas. Esta limitación de aforo tan reducida no impide a miles de personas intentar asistir por lo que las entradas se agotan con gran rapidez. Surgió como protesta la *Love Parade* puesto que este último se había convertido en un evento comercial y ya no gozaba del ambiente reivindicativo que lo caracterizaba. Desde sus inicios, este festival ha tenido numerosos problemas para seguir a delante debido a quejas, leyes sobre el ruido e incluso al clima. Aun así, se ha demostrado que este festival ayuda a revivir los comercios y locales de la zona cuando se celebra. (Ah, 2018)

El *Berlin Atomal* es uno de los festivales más importantes centrados en la música electrónica. Se compone de espectáculos de luz y música, celebrados en distintos locales, que buscan una expresión de arte contemporáneo y experimental. Este festival se ha celebrado en dos periodos, uno entre 1982 y 1990 cuando los nuevos subgéneros de música electrónica estaban en pleno auge y la vanguardia era común. Dejo de celebrarse en 1990 porque el fundador de este festival decidió centrarse en su proyecto, abrir el famoso club *Tresor*, que a día de hoy sigue siendo fundamental en la escena berlinesa. No fue hasta 2013 cuando se volvió a celebrar este festival bien con una dirección distinta. Ahora no solo se basa en explorar los nuevos géneros de música, sino que toda expresión artística es bienvenida. (Velasco, 2021)

### 3.4. *Love Parade*

Para entender mejor el prestigio que tiene hoy en día la noche berlinesa es necesario hablar de la *Love Parade*. Como una pequeña manifestación a favor de la paz y la música transformó la forma de salir de fiesta en Berlín. Una explosión cultural que trajo consigo nuevos géneros de música y el interés internacional de la cultura moderna berlinesa.



Figura 4 FSTIV, 1989. [Fotografía de jóvenes participando en la primera *Love Parade*]

Un mes antes de la caída del muro de Berlín, la *Love Parade* fue convocada como un símbolo de paz y libertad unidas por el amor a la música electrónica y las eternas fiestas que se producían en la ciudad. En principio solo un grupo de ciento cincuenta jóvenes con unos pocos altavoces salieron a la calle con el único objetivo de pasárselo bien no sabían lo que les depararía en el futuro. *Love Parade* se convirtió en un hito cultural para los amantes de la música electrónica que cada año congregaría a más gente. Con la explosión de creatividad vinieron nuevos géneros de música y con ello más exposición hacia el extranjero.

En el segundo año de la celebración del festival ya había caído el muro y, con ello, la sensación de libertad era mayor. Más gente salió a las calles y lo que fue una pequeña fiesta se convertiría en una de las mayores expresiones culturales y de libertad de la ciudad. Ahora que Berlín se había unificado los lugares y razones para celebrarlo se habían multiplicado exponencialmente. Tanto los numerosos edificios vacíos como el desconocimiento de las propias autoridades generaron

un ambiente perfecto para la explosión de creatividad en el Berlín de los años 90. (Wick y Sextro, 2008) ASI? ES DE UN DOCUMENTAL

Lo que fue una fiesta de reivindicaciones se convirtió en un evento esencial para todos los amantes del Techno, ya fuesen alemanes o de países extranjeros. La *Love Parade* empezó a recibir asistentes de numerosos países europeos como Polonia u Holanda, que no podían perderse la mayor fiesta o festival de la música electrónica. Por todo ello, en 1999 la *Love Parade* llegó a registrar más de un millón y medio de asistentes.

A la vez que los asistentes ascendían, la organización y el dinero invertido era mayores. Los clubs de la ciudad eran los principales organizadores, creando ellos sus propios camiones con DJs y altavoces que recorrían la ciudad. Un total de cuarenta camiones con grandes altavoces y espectáculos recorrían la ciudad con todos sus espectadores alrededor hasta llegar a la Columna de la Victoria, donde estos camiones se unían para dejar actuar a los DJs más reconocidos y prestigiosos. La fiesta no acababa con esta demostración, la fiesta continuaba en todos los clubs de la ciudad en numerosas raves multitudinarias.



Figura 5 DPA. (s.f.). Wo geht's lang?: Ausgelassene Teilnehmer der 13. Love Parade in Berlin. Im Hintergrund das Brandenburger Tor. [Fotografía]. DER SPIEGEL

Este mayor reconocimiento trajo consigo aspectos muy positivos, tanto para la ciudad como para la escena musical, pero no contentó a todo el mundo. Personas que apoyaron el proyecto desde el principio vieron como la *Love Parade* era cada

vez era más comercial, y una forma de hacer negocio en vez de un lugar de reivindicación y libertad. Por este motivo en 1997 surgió la *Fuck Parade*, un proyecto paralelo en forma de protesta, que reivindicaba la libertad de las personas a reunirse, libertad que empezaba a verse coartada por las empresas y la mercantilización de la sociedad y la cultura.

Aunque en sus primeros años fue un exitoso festival, con el crecimiento de los asistentes también crecía la inseguridad y la falta de recursos para poder limpiar las calles y mantener todo en orden. Cada año los organizadores tenían que convencer al ayuntamiento para poder celebrar la *Love Parade*. No fue hasta los años 2004 y 2005 cuando se tuvo que cancelar por problemas de organización y financiación. Y, aunque volvió en 2006, cuatro años más tarde se volvería a cancelar. 2010 fue el primer año en que la *Love Parade* se celebró en un lugar cerrado, dado que la afluencia de personas era grande y que el acceso al recinto era un túnel estrecho, se produjo una avalancha debido al pánico, que causó 21 fallecidos y más de quinientos heridos. Tras este trágico accidente, los organizadores decidieron que este festival no se volvería a celebrar. No es hasta este año, 2022, cuando Dr. Motte, el conocido director de la primera *Love Parade* y del club *Tresor*, se plantea volver a revivir esos largos días de fiesta y diversión en las calles de Berlín. Se busca volver a las calles a disfrutar de la música y del arte de la ciudad después de estos largos meses de aislamiento debidos a la Covid. (Berlin Love Parade)



## **CAPÍTULO IV**

### **Propuesta de desarrollo**



## 4.1. Análisis DAFO

Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las redes sociales y las personas cada vez se interesan más por la cultura <i>underground</i> de Berlín.</li> <li>• La nueva sensación de libertad tras las cuarentenas, que genera en las personas la necesidad de salir más.</li> <li>• El posible reconocimiento de estas discotecas como patrimonio inmaterial por parte de la UNESCO.</li> <li>• El interés precedente por otros tipos de turismo en Berlín.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La demonización por parte de las personas y los políticos del turismo de ocio.</li> <li>• El turismo de borrachera.</li> <li>• La inflación tras el coronavirus y la Guerra de Ucrania.</li> <li>• La masificación del turismo de ocio.</li> <li>• La dificultad de los no locales para conocer a qué lugares dirigirse y para entender mejor este tipo de cultura.</li> </ul>
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las discotecas de Berlín son únicas y se diferencian de las demás en el mundo por su estilo e historia.</li> <li>• Berlín es la ciudad en la que se establecieron numerosos estilos de música electrónica, por lo que tiene un gran prestigio entre los amantes de este de este género.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las políticas de los clubs sobre quién entra o no genera descontento entre muchas personas.</li> <li>• La xenofobia en la entrada de los clubs.</li> <li>• Los precios altos</li> <li>• El público irrespetuoso.</li> </ul>



## 4.2. El Berlín *underground*

Cuando viajamos a Berlín y buscamos tours, lo más probable es que encontremos muchos con una temática bélica, centrado en la II Guerra Mundial. Muchas veces se quiere conocer la subcultura urbana de la ciudad, pero no se sabe cómo y aunque se busque en internet, es muy difícil conocer la verdadera historia.

El objetivo de este TFG consiste en la creación de un itinerario para esas personas interesadas en conocer la historia de la música techno, cómo surgieron todos los famosos clubs, y cómo la unificación de Berlín pasó de ser un acontecimiento político al origen de una de las subculturas modernas más famosa del mundo. Crear un tour por los barrios y locales más conocidos y visitados por la población local.

Estos barrios son el hogar de los clubs mas prestigiosos y frecuentados de la ciudad, como *Berghain* en *Friedrichshain*, *KitKatClub* en *Mitte* o *SO36* uno de los pocos que podemos encontrar en el barrio de *Kreuzberg*. Muchos de estos clubs se concentran en unas pocas manzanas, en su mayoría alrededor de la zona en la que se encontraba el muro de Berlín, pues era la zona donde se ubicaban la gran parte de los movimientos sociales.

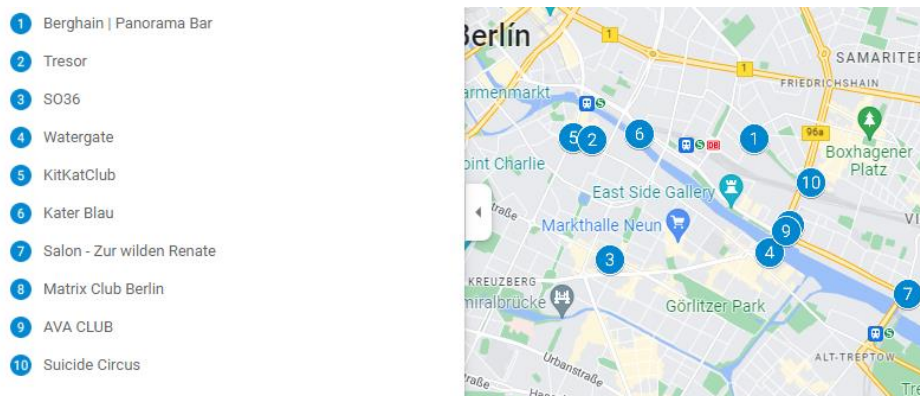


Figura 6 Mapa de los principales clubs de Berlín. Elaboración propia.

El principal objetivo de esta medida es atraer a todos esos turistas que buscan un turismo más urbano y diferente. Con este itinerario no solo se favorecería a los turistas, también ayudaría a los pequeños locales a generar más ingresos y a inculcar a los turistas la filosofía de respeto requerida en los locales.

#### 4.2.1. Diseño del itinerario

Para diseñar este itinerario se ha considerado principalmente los barrios cercanos al muro y de la parte este, donde más se desarrolló la cultura techno. Barrios con edificios de estilo industrial y plenitud de arte callejero.

- Barrio de *Friedrichschain*: creado en 1920, fue un barrio que desde su comienzo ha estado repleto de reivindicaciones políticas a favor del socialismo y comunismo. En la II Guerra Mundial fue una de las zonas que más sufrió los bombardeos. Muchas calles fueron reconstruidas por los soviéticos con altos edificios de apartamentos. En este barrio se pueden encontrar lugares como *R.A.W Gelände*, una antigua zona industrial dedicada a la reparación de trenes que es ahora la zona cultural más grande del barrio. El arte y comercio modernos se dan cita en este lugar desde el comienzo del siglo, con bares, restaurantes, clubs, salas de conciertos, galerías y tiendas de segunda mano. Es el lugar idóneo para conocer la cultura urbana y *underground* de Berlín.

La *Karl-Marx-Alle* recuerda los años en los que la Unión Soviética estaba al mando del este de Alemania. Una avenida rodeada de altos edificios y lujosos apartamentos donde se alojaban los trabajadores de la época. “Construida entre los años 1952 y 1960 fue otro intento más por demostrar la modernidad del eje soviético” (Berlineando).

La discoteca más exclusiva de Berlín, *Berghain* se encuentra también en este barrio.

Es la reencarnación de una sala que se fundó en 1998 bajo el nombre de *Ostgut* y en la que se llevaba a cabo una fiesta llamada «*Snax*», una fiesta fetiche exclusiva para hombres. Esta fiesta, a día de hoy, se sigue llevando a cabo en una de las salas de *Berghain*. Poco a poco, este emplazamiento se convirtió en el epicentro de la escena techno en Berlín. El 6 de enero de 2003, *Ostgut* cerró para que en esos terrenos se pudiera construir el «*O2 Arena*», un estadio que finalmente se llevó a otro emplazamiento y que dió lugar a que

la sala reabriera bajo el nombre de «*Berghain*» en diciembre de 2004. (García, 2020)

Su política de entrada excesivamente restrictiva, la normativa de no fotos y las fiestas de más de 48 horas han hecho de este club uno de los lugares más famosos y deseados por parte de los amantes de la música techno.

En la *Mainzer Strasse* se dieron los movimientos anarquistas y okupas de los años 90. Como en los 60, en el oeste de la ciudad la ciudadanía del Berlín unificado llevó a cabo numerosas ocupaciones reivindicando la libre vivienda. Por ello, cuando el ayuntamiento decidió expulsar a los okupas, se convocaron numerosas manifestaciones que dieron lugar a disturbios que acabaron con centenares de detenidos y heridos. En 2020 se llevaron a cabo los últimos desalojos.

Por ello es importante comenzar el tour por esta zona repleta de historia y arte. Uno de los puntos más importantes es la *East Side Gallery*, una pared de 1.3 kilómetros que hace más de treinta años formo parte del muro y que ahora conforma una galería a pie de calle.

- Barrio de *Kreuzberg*: también conocido como el barrio turco; se encuentra al otro lado del río, unido a la *Friedrichschain* por el *Oberbaumbrücke*. Muchas veces pasa desapercibido por su falta recursos turísticos físicos. Lleno de arte callejero, en este barrio—fronterizo durante muchos años con el lado oeste de Berlín—encontramos el *Check Point Charlie*, uno de los pocos accesos abiertos entre los dos berlines. Un lugar que, con los años, se convirtió en el más peligroso y difícil de cruzar. Ciudadanos del este empleaban este acceso, mediante el engaño a los guardias, para huir al oeste. Algunos con suerte lograron cruzar, pero muchos otros, murieron en el intento.

En los 80 y 90 fue refugio de los inmigrantes turcos y, sobre todo, punto de mira para okupar casas por jóvenes anarco-punks que

llegaron a Berlín con la caída del muro, para dar salida a ese espíritu alternativo, rebelde y contestatario que ha hecho famoso al barrio, pues con eso se convirtió en refugio de artistas vanguardistas, y así se convirtió en el principal foco de creatividad de la ciudad. De ese modo, *Kreuzberg* pasó de ser un barrio marginal, a ser el epicentro cultural de la capital de la Alemania reunificada. (Ineditviable, 2017)

El Centro okupa “*Köpi*” creado en los 90, la mayoría de los movimientos sociales alrededor de la vivienda fueron a consecuencia de este centro. Aunque estas reivindicaciones son ya casi inexistentes, es interesante conocer la zona, su historia e incluso visitar uno de los pocos lugares que sigue albergando conciertos de punk rock en Berlín.

Epicentro de la música punk rock, el barrio de *Kreuzberg* era normalmente frecuentado por artistas como *Iggy Pop* o *David Bowie*, que viajaban a Berlín para visitar el famoso club SO36. Este club era también frecuentado por la comunidad LGBTI+. Con la influencia de todos ellos, el club consiguió, con éxito, crear una fusión entre el punk y la música electrónica, que ganaba cada vez más popularidad en aquella época.

Este barrio da hogar al club *Watergate*, un club de techno exclusivo.

- Barrio de *Mitte*: tras cruzar el muro y adentrarnos en la Alemania del este una vez más, justo detrás de la *East Side Gallery*, encontramos este barrio. Durante los años veinte fue un barrio judío que describían así:

Pero los hombres con las barbas anticuadas y los rizos en las sienes aún seguirán recorriendo un tiempo arriba y abajo la acera de su calle formando grupos parsimoniosos, y en otros más vivarachos las hijas de negro cabello de los carniceros, todos hablando en yiddish. En las tiendas y las cervecerías hay rótulos en hebreo. Estas calles siguen siendo un mundo cerrado en sí mismo y

suponen para los eternos extranjeros una especie de hogar. (Hessel,1929).

Hoy en día:

El antiguo arrabal, después barrio judío, se ha transformado en la zona bohemia, y sus viviendas, donde coexistían burgueses adinerados con artesanos, dan paso a bares, restaurantes y galerías de arte. (del Riego, 2020).

Por lo que a recursos culturales e históricos respecta, *Mitte* es la zona en la que más abundan. Edificios y calles que no solo recuerdan a la era soviética, sino también a los años del nazismo e incluso a los anteriores a la II Guerra Mundial.

La famosa puerta de Brandeburgo (*Brandenburger Tor* en alemán) fue construida en 1791 como símbolo de victoria. Un monumento neoclásico que quedó deteriorado durante la II Guerra Mundial. La famosa quadriga que lo corona quedó destruida, y fue en 1969 donde se realizó una réplica que podemos ver a día de hoy.

La torre de televisión (*Berlines Fernsehturm*), levantada en 1969 en la conocida *Alexanderplatz*, fue una muestra del avance tecnológico y social de la zona soviética. Esta torre puede ser vista desde cualquier punto de Berlín y en ella podemos ver, desde una gran altura, toda la ciudad:

Para sorpresa del ateísmo socialista, cada vez que el sol se refleja en la cúpula de acero inoxidable, se forma el dibujo de una cruz. Los *Wessis* o berlineses de la parte occidental bromeaban llamando a este fenómeno “*Rache des Papstes*” o La revancha del Papa, y a la torre *San Walter*, refiriéndose a *Walter Ulbricht*. (Visit Berlin).

El antiguo barrio judío de *Scheunenviertel* se encuentra también en *Mitte*. Aunque fue en gran parte destruido en la II Guerra Mundial, aún mantiene parte de la sinagoga central y varios edificios. Andar por sus calles es fundamental para conocer la historia de la ciudad.

Monumentos en recuerdo de las víctimas del nazismo llenan sus calles, y cuenta con múltiples museos y centros culturales centrados en el judaísmo y su historia. Hoy en día, es una de las zonas más alternativas de Berlín con galerías de arte, restaurantes y cafeterías en cada esquina.

En *Mitte* se encuentran plazas como *Alexanderplatz*, la zona comercial de la ciudad, o *Rosenthaler Platz*, también una zona comercial llena de restaurantes y cafés más alternativos.

La zona es hogar de muchos de los clubs más prestigiosos y de más difícil acceso de la ciudad, como el *Tresor*, que se puede denominar la casa del techno, o como el extravagante *Kit Kat Club*. Con la visita de esta zona de la ciudad podrán entender mejor esas diferencias culturales existentes entre los dos Berlines previos a la caída del muro.

Durante la visita a estos barrios divide en dos días: el primero centrado en los barrios de *Friedrichshain* y *Kreuzberg* donde se concentran las culturas más *underground* y reivindicativas. Y, el segundo en el barrio de *Mitte* zona más comercial y famosa pero imprescindible para entender mejor el porqué de los movimientos socioculturales. Se harán paradas en locales, pequeñas galerías e incluso tiendas de segunda mano, donde la mayoría de los berlineses compran sus *looks* para poder acceder a las discotecas con el atuendo adecuado.

Se explicará la historia de la noche berlinesa a medida que se camina por las calles que han visto nacer el techno, pues es necesario entender la historia pasada para comprender la cultura moderna. Sin los movimientos sociales producidos tras la II Guerra Mundial y la influencia del muro, respecto a gustos o la forma de divertirse no se puede concebir el Berlín del siglo XXI.

Como bien se ha expuesto anteriormente se dividirá el itinerario en dos días, el primero consistiendo en una visita a los barrios de *Friedrichshchain* y *Kreuzberg*. Haciendo referencia al mapa podemos encontrar la ruta específica a realizar, que comenzará en la famosa *Karl Marx-Alle* desde la que se caminará a los distintos lugares de interés ya mencionados con anterioridad hasta llegar al *Checkpoint Charlie*.

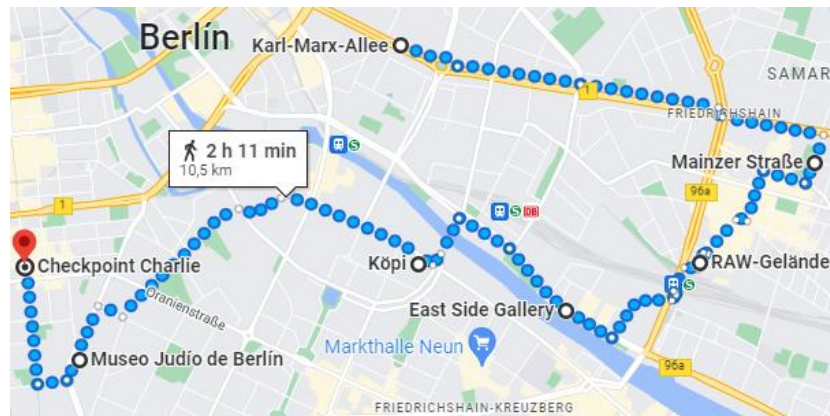


Figura 7 Itinerario del primer día: Barrios de Friedrichshain y Kreuzberg.  
Elaboración propia.

En el segundo día se hará la visita al barrio de *Mitte*, el más conocido de la ciudad. Comenzando en el *Checkpoint Charlie*, emprenderemos la ruta hacia los lugares más conocidos de la ciudad como la Puerta de *Brandenburgo* o el Edificio del *Reichstag*, hasta llegar a la famosa y comercial *Alexanderplatz*.

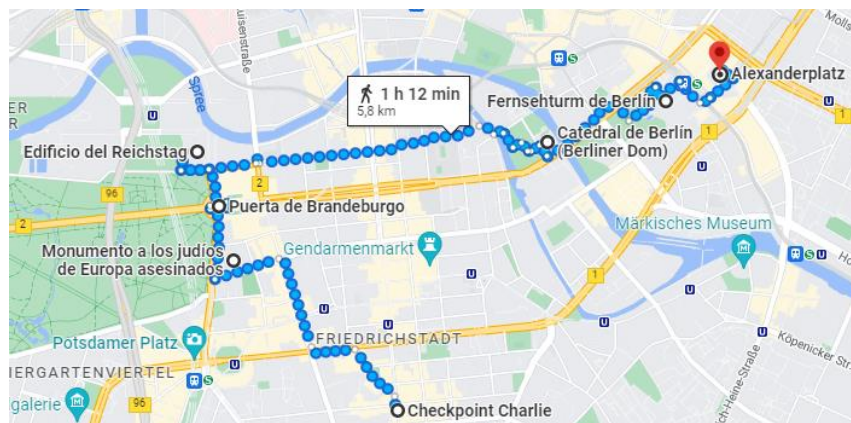


Figura 8 Itinerario del segundo día: Barrio de Mitte. Elaboración propia.

Este itinerario se ha elaborado conforme a las informaciones detalladas en los artículos de la guía de Berlín elaborados por Alegg, *VisitBerlin*, portal de turismo de la ciudad, la guía del barrio de *Kreuzberg* de *Equipatge de mà*, las guías de *Berlineando* y *Civitatis*, la guía del barrio de *Mitte* en *Tripsavvy* y del barrio de *Friedrichschain* en *Part-Time Passenger*.





## CONCLUSIONES

La realización de este trabajo pretende hacer comprender la importancia tanto de la música tecno como de las discotecas para el turismo de Berlín. El estudio, tanto de la demanda como de la oferta turística, expone la capacidad de unir el turismo cultural y de ocio en la ciudad. Dos recursos que, en muchas ocasiones, no concuerdan ni en tipología de turista ni en su motivación principal, pero que en Berlín resultan compatibles.

Es fundamental entender la historia de cualquier ciudad para entender su cultura moderna, y más en ciudades como Berlín, donde su historia más cercana y sus movimientos culturales conforman el movimiento sociocultural actual.

La ejecución del análisis turístico ayuda a entender la importancia del turismo en la ciudad. Miles de turistas visitan la capital alemana anualmente, depositando en la ciudad millones de euros, convirtiendo el sector del turismo en uno de los más valiosos de la ciudad. Se expone a su vez la influencia que las discotecas y la música tecno tienen tanto en el turismo como la economía general. Por todo ello, es imprescindible fomentar un turismo que tenga en cuenta a los clubs y pubs, muchas veces olvidados por el sector turístico.

La irrupción de la Covid en Alemania implicó rigurosos cambios en sectores como la hostelería o el turismo, siendo estos los más perjudicados. Las discotecas se vieron mayoritariamente afectadas, con la necesidad de cerrar sus establecimientos durante dieciocho meses, y con una incertidumbre que trajo consigo la pérdida de miles de euros y miles de puestos de trabajo perdidos. Aunque la situación no fue favorable, estos locales decidieron hacer todo lo posible para mantener su prestigio ofreciéndose como lugares de testeo y vacunación masiva, y la propuesta a la UNESCO como patrimonio inmaterial de la humanidad les protegería ante situaciones parecidas en el futuro. La aprobación de esta propuesta conllevaría la confirmación de que estos clubs son en realidad un producto cultural imprescindible para Berlín.

La promoción del producto, ya sea mediante portales como *Visit Berlin*, festivales de música o asociaciones como *Berlin Music Commission*, ha ayudado a la escena musical de Berlín a exponerse al extranjero. La música de la ciudad siempre ha constituido una parte esencial de su sociedad, empleada en contra de los regímenes e injusticias

que ocurrían en el país. La *Love Parade* es un claro ejemplo de todo esto, una manifestación llena de música y fiesta cuyo objetivo inicial era posicionarse en contra del muro y que, en los siguientes años, reivindicaba una sociedad libre y llena de amor que atraía cada año miles de turistas.

La investigación realizada también ayuda a comprender el porqué de la diferenciación respecto a otras ciudades similares. El respeto hacia los locales, a los lugares de fiesta y a la música y la cultura que rodea estos establecimientos es lo que la hace única a esta ciudad, y como bien se ha expuesto anteriormente, las revoluciones políticas han supuesto el pilar tanto de la evolución del sector como del respeto de los turistas a este.

La creación de un itinerario basado en el Berlín *underground* ayuda a comprender mejor todas las ideas expuestas a lo largo de este trabajo de fin de grado. La evolución de los distintos movimientos sociales ha desembocado en una escena musical única.

Por todo ello, desarrollamos la propuesta de un itinerario que no se centra solo en las partes más conocidas de la ciudad, sino lugares cuya importancia no entenderíamos desligadas de la historia moderna. Lugares que se convirtieron en imprescindibles para la sociedad berlinesa, como las ya abandonadas fábricas o las antiguas casas okupas. Espacios convertidos ahora en mercados, galerías, salas de conciertos y, sobre todo, en las famosas discotecas de la ciudad.

## BIBLIOGRAFÍA

- Hockenos, P. (2017). *Berlin Calling: A Story of Anarchy, Music, The Wall, and the Birth of the New Berlin* (Illustrated ed.). The New Press.
- Iserwhood, C. (1939) *Adios a Berlín*. Acantilado.
- Socatelli Porras, M. (2015). *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*. CORI-SILU.

### Videos documentales:

- Wick, H. y Sextro, M. (2008, 18 octubre). WE CALL IT TECHNO! A documentary about Germany's early Techno scene and culture [Vídeo]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=TWPFrWojYQ4> (Última consulta: 26/03/2022)
- Lin, C. [Embassy One]. (2018, 16 septiembre). Sound of Berlin Documentary [Vídeo]. YouTube.<https://www.youtube.com/watch?v=BF-ftJolMSM> (Última consulta: 26/03/2022)
- The Zac and Jay Show. (2020, 4 marzo). How to get into the World's most exclusive club (Berghain) [Vídeo]. YouTube.<https://www.youtube.com/watch?v=zuxTM9L2uq4> (Última consulta: 05/06/2022)
- Dietl, D. (2019, 10 diciembre). Berlin Bouncers [Vídeo]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=6ajDCzQ4W84> (Última consulta: 05/06/2022)

### Recursos electrónicos:

- Aha, L. (2018, 7 junio). *Nation of Gondwana: Hier wird sich noch. . .*  
Musikexpress.  
<https://www.musikexpress.de/nation-of-gondwana-interview-veranstalter-1068091/>  
(Última consulta: 05/06/2022)
- Alegg,(2019, 5 marzo). *Centro cultural Køpi*. La Guía de Berlin.  
<https://www.laguiaideberlin.com/centro-cultural-kopi/>  
(Última consulta: 05/06/2022)
- Alegg, (2021, 5 julio). *Ruta por Friedrichshain*. La Guía de Berlin.  
<https://www.laguiaideberlin.com/friedrichshain/>  
(Última consulta: 05/06/2022)
- Altares, G. (2020, 4 enero). *La lección de los años veinte: de la fiesta interminable al auge del populismo*. El País.  
[https://elpais.com/elpais/2019/12/30/eps/1577703464\\_112198.html](https://elpais.com/elpais/2019/12/30/eps/1577703464_112198.html)  
(Última consulta: 05/05/2022)
- Anarte, E. (2018, 28 diciembre). *Alemania en los años 20: un paseo por el Berlín de “Cabaret”*. DW.COM.  
<https://www.dw.com/es/la-capital-de-alemania-en-los-a%C3%B1os-20-un-paseo-por-el-berl%C3%ADn-de-cabaret/a-46886329>  
(Última consulta: 05/05/2022)
- Arteaga, P. (2021, 30 abril). *Scheunenviertel barrio de la comunidad judía de Berlín*. Berlín Amateurs Magazine | Información sobre Berlín en español.  
<http://www.berlinamateurs.com/scheunenviertel-principal-barrio-judio-berlin/>  
(Última consulta: 05/06/2022)

- Arroyo, S. G. (2020, 15 mayo). *Berghain, el club de la incertidumbre*. WikiEDM.  
<https://wikiedm.com/berghain-incertidumbre/>  
(Última consulta: 05/06/2022)
  
- Basque trade and investment. (2020, mayo). *Informe impacto de la Covid-19 en Alemania*.  
<https://basquetrade.spri.eus/wp-content/uploads/2020/05/200508-Alemania-Informe-COVID19.pdf>  
(Última consulta: 21/05/2022)
  
- *Berlín, ciudad mutante*. (2011, 30 septiembre). El País.  
[https://elpais.com/diario/2011/09/30/viajero/1317416888\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2011/09/30/viajero/1317416888_850215.html)  
(Última consulta: 05/05/2022)
  
- *Berlin Love Parade. What happened to the World's Greatest Party?* (s. f.). Berlin Love Parade.  
<https://www.berlinloveparade.com/>  
(Última consulta: 05/05/2022)
  
- Braun, S. (2019, 1 noviembre). *How reunified Berlin birthed a club culture revolution*. DW.  
<https://www.dw.com/en/1989-how-reunified-berlin-birthed-a-club-culture-revolution/a-51017498>  
(Última consulta: 05/05/2022)
  
- Cichanowicz, L. (2016, 26 diciembre). *A Brief History Of Berlin's Famous SO36*. Culture Trip.  
<https://theculturetrip.com/europe/germany/berlin/articles/a-brief-history-of-berlins-famous-so36/>  
(Última consulta: 05/06/2022)
  
- Civitatis Tours SL. (s. f.). *Transporte en Berlín - Medios de transporte público en Berlín*. Civitatis.  
<https://www.disfrutaberlin.com/transporte>  
(Última consulta: 05/05/2022)

- Colliers International. (2019). Hotelmarktbericht Berlin.  
[https://www.colliers.de/wp-content/uploads/2020/05/Hotelmarktbericht\\_Berlin\\_2020\\_Colliers.pdf](https://www.colliers.de/wp-content/uploads/2020/05/Hotelmarktbericht_Berlin_2020_Colliers.pdf)  
(Última consulta: 21/05/2022)
  
- Cortés, D. (2022, 8 marzo). Kreuzberg, el barrio turco de Berlín. Equipatge de mà.  
<https://equipatgedema.cat/es/alemania/berlin-es/kreuzberg-barrio-turco-berlin/>  
(Última consulta: 25/05/2022)
  
- Cummings, D. (2022, 11 marzo). A music nerd's guide to Pop-Kultur 2021. Exberliner.  
<https://www.exberliner.com/music-clubs/preview-pop-kultur-2021/>  
(Última consulta: 05/05/2022)
  
- Cunningham, E. (2021, 6 diciembre). *Berlin's Techno Clubs Could Soon Be Awarded Unesco World Heritage Status*. Time Out Worldwide.  
<https://www.timeout.com/news/berlins-techno-clubs-could-soon-be-awarded-unesco-world-heritage-status-120621>  
(Última consulta: 05/05/2022)
  
- de la Torre, P. (2017, 22 septiembre). ¿Cómo entrar a los clubs más exclusivos de Berlín? Esquire.  
<https://www.esquire.com/es/viajes/a12449969/como-entrar-a-los-club-mas-exclusivos-de-berlin/>  
(Última consulta: 05/05/2022)
  
- Deutsche Welle. (2022, 17 febrero). *Coronavirus ha costado 330.000 millones de euros a Alemania*. DW.  
<https://www.dw.com/es/pandemia-de-coronavirus-ha-costado-330000-millones-de-euros-a-alemania/a-60812454>  
(Última consulta: 21/05/2022)

- Directo, M. P. (2021, 7 febrero). *Berlín alternativo, contestatario y «okupa» (II)*. La Mochila De Marco Polo.  
<https://lamochilademarcopolo.wordpress.com/2021/02/07/berlin-alternativo-contestatario-y-okupa-ii/>  
(Última consulta: 05/06/2022)
  
- Dowd, V. (2011, 19 marzo). *Berlin through the eyes of Christopher Isherwood*. BBC News.  
<https://www.bbc.com/news/world-europe-12737335>  
(Última consulta: 05/05/2022)
  
- Electronic Beats. (2017, 17 julio). *Enter Berlin's Early '90s Techno Clubs With This New Book*. Telekom Electronic Beats.  
<https://www.electronicbeats.net/berlin-calling-book-excerpt/>  
(Última consulta: 05/05/2022)
  
- Gallup, S. (2020, 17 diciembre). *Cómo Alemania ha pasado de país ejemplar a ver cómo las muertes por covid se disparan*. El País.  
<https://elpais.com/sociedad/2020-12-16/alemania-se-asoma-al-descontrol.html>  
(Última consulta: 21/05/2022)
  
- Hüetlin, T. (2013, 18 octubre). *Forty Years of Berlin Nightlife*. DER SPIEGEL.  
<https://www.spiegel.de/international/germany/new-book-explores-40-years-of-berlin-nightlife-a-928362.html>  
(Última consulta: 05/05/2022)
  
- Hurly, A. (2021, 20 diciembre). *Famous Itineraries: Berlin Through the Eyes of Christopher Isherwood*. Here Magazine.  
<https://www.heremagazine.com/articles/christopher-isherwood-berlin>  
(Última consulta: 05/05/2022)
  
- Ineditviable. (2017, 22 septiembre). *Kreuzberg - Berlín*. ineditviable blogspot  
<http://ineditviable.blogspot.com/2017/09/kreuzberg-berlin.html>  
(Última consulta: 06/06/2022)



- ITB Berlin highly satisfied with the ITB Berlin Convention and Digital Business Day. (2022, 21 marzo). ITB.  
[https://www.itb.com/en/press/press-releases/news\\_4929.html?referrer=/press/press-releases/#news-en-4929](https://www.itb.com/en/press/press-releases/news_4929.html?referrer=/press/press-releases/#news-en-4929)  
(Última consulta: 21/05/2022)
  
- Jiménez Segovia, V. M. (2021, 31 julio). *El impacto del covid-19 en Alemania*. Foreign Affairs Latinoamérica |.  
<https://revistafal.com/el-impacto-del-covid-19-en-alemania/>  
(Última consulta: 21/05/2022)
  
- *Karl Marx Allee - ubicación, historia y significado hoy*. (2017, 8 septiembre). BERLÍN - Guía de Viajes de Berlín - Berlin Ando.  
<https://berlinando.net/karl-marx-alle/>  
(Última consulta: 05/06/2022)
  
- Krenzlin, I. L. (2021, 26 marzo). *Like there's no tomorrow: 100 years of Berlin nightlife*. Berliner Zeitung.  
<https://www.berliner-zeitung.de/en/like-theres-no-tomorrow-100-years-of-berlin-nightlife-li.128862>  
(Última consulta: 05/05/2022)
  
- Kretschmar, O., & Scheffert, J. (s. f.). *Berlin Music Comission*. BMC.  
<https://www.berlin-music-commission.de/en/start/>  
(Última consulta: 22/05/2022)
  
- Millikan, A. (2021, 2 diciembre). *Tras casi dos años de COVID-19, los locales nocturnos de Berlín, que acaban de reabrir sus puertas, intentan ingeniárselas para conseguir un «Club Kultur» saludable*. National Geographic.  
<https://www.nationalgeographic.es/historia/2021/12/como-esta-luchando-la-escena-de-clubes-berlinesa-contra-la-pandemia>  
(Última consulta: 05/05/2022)
  
- Mossop, B. (2022, 7 abril). Nation of Gondwana.  
<https://pyonen.de/nog2022/about/?lang=en>  
(Última consulta: 05/05/2022)

- MRVNNWK (2020, 19 agosto). Exploring Friedrichshain – Local Berlin Neighborhood Guide. Part-Time Passenger.  
<https://parttimepassenger.com/berlin-friedrichshain-neighborhood-guide/>  
(Última consulta: 05/06/2022)
  
- Porter, E. (2019, 3 agosto). Berlin’s Mitte Neighborhood: The Complete Guide. TripSavvy.  
<https://www.tripsavvy.com/berlin-mitte-neighborhood-complete-guide-4152984>  
(Última consulta: 05/06/2022)
  
- Puerta de Brandeburgo - El símbolo de Berlín, historia y leyendas. (s. f.). Civitatis.  
<https://www.disfrutaberlin.com/puerta-brandenburgo>  
(Última consulta: 05/06/2022)
  
- RAVE THE PLANET. (2021, 15 junio). *History*.  
<https://www.ravetheplanet.com/en/info/history/>  
(Última consulta: 05/05/2022)
  
- Reporter, G. S. (2018, 22 febrero). *Two decades of clubbing in Berlin, city of the night*. The Guardian.  
<https://www.theguardian.com/travel/2009/oct/18/stephen-emms-berlin-night-clubs>  
(Última consulta: 05/05/2022)
  
- RFI. (2021, 2 octubre). *Berghain: el templo del tecno reabre sus puertas en Berlín*.  
<https://www.rfi.fr/es/europa/20211002-berghain-el-templo-del-tecno-reabre-sus-puertas-en-berl%C3%ADn>  
(Última consulta: 05/05/2022)
  
- Richter, C. (2010, 13 marzo). *Partying in Berlin*. DW.  
<https://www.dw.com/en/berlins-club-scene-shifts-the-focus-of-tourism-to-the-city/a-5349667>  
(Última consulta: 05/05/2022)

- Schayan, J. (2018, 6 julio). *Factor económico turismo*. deutschland.de.  
<https://www.deutschland.de/es/topic/economia/el-turismo-como-factor-economico-en-alemania-hechos-y-cifras>  
(Última consulta: 05/05/2022)
  
- Serrano, M. (2021, 27 diciembre). *Los activistas buscan que la cultura tecno de Berlín sea declarada patrimonio de la humanidad por la Unesco*. El Debate.  
<https://www.eldebate.com/cultura/musica/20211227/activistas-buscan-cultura-tecno-berlin-sea-declarada-patrimonio-humanidad-unesco.html>  
(Última consulta: 05/05/2022)
  
- Tahsili, R. (2018, 24 febrero). *Berlin Nightlife | History - Ramin Tahsili*. Medium.  
[https://medium.com/@ramin\\_38766/berlin-nightlife-7ab5d713c28f](https://medium.com/@ramin_38766/berlin-nightlife-7ab5d713c28f)  
(Última consulta: 05/05/2022)
  
- The Local Germany. (2019, 14 febrero). *Berlin clubs brought city €1.5 billion in 2018: study.*  
<https://www.thelocal.de/20190213/new-research-highlights-the-economic-value-of-berlins-nightlife-and-why-it-might-be-under-threat/>  
(Última consulta: 21/05/2022)
  
- Organización de las Naciones Unidas para la educación y la Cultura. (s. f.) - *¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial?*  
<https://ich.unesco.org/es/qu-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>  
(Última consulta: 05/05/2022)
  
- Valentinetti, V. (2020, 23 julio). *100 Nights of Summer: The Lollapalooza Berlin 2019 Recap*. 100 Days and Nights.  
<https://100daysandnights.com/100-nights-of-summer-the-lollapalooza-berlin-2019-recap/>  
(Última consulta: 05/05/2022)

- Velasco, C. (2021, 28 octubre). *Berlin Atonal 2021 | Crónica de un Atonal atípico*. Berlín Amateurs Magazine | Información sobre Berlín en español.  
<http://www.berlinamateurs.com/berlin-atonal-2021-cronica-de-un-atonal-atipico/>  
(Última consulta: 05/05/2022)
- Visit Berlin. (s. f.). *Willkommen bei visitBerlin*. Visit Berlin.  
<https://about.visitberlin.de/>  
(Última consulta: 21/05/2022)

## FIGURAS

- Figura 1: Fotografía de la fachada del club Eldorado  
Recuperado el 28 de junio, 2022 de  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Eldorado\\_\(Berl%C3%ADn\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Eldorado_(Berl%C3%ADn))
- Figura 2: Fotografía de archivo de agosto de 1961 de la construcción del Muro de Berlín en la calle Bernauer de Alemania  
Recuperado el 26 de junio, 2022 de  
[https://www.abc.es/historia/abci-ridiculo-despiste-alemania-comunista-donde-anuncio-sin-querer-construccion-muro-berlin-201911080202\\_noticia.html](https://www.abc.es/historia/abci-ridiculo-despiste-alemania-comunista-donde-anuncio-sin-querer-construccion-muro-berlin-201911080202_noticia.html)
- Figura 3: Un asistente a una fiesta se somete a una prueba gratuita de antígenos COVID-19 de "Corona Bike", un servicio de pruebas móviles frente a un club de Berlín en agosto de 2021. La iniciativa privada realizó la prueba a una media de 1.000 asistentes de club  
Recuperado el 28 de junio, 2022 de  
<https://www.nationalgeographic.es/historia/2021/12/como-esta-luchando-la-escena-de-clubes-berlinesa-contra-la-pandemia>
- Figura 4: Fotografía de jóvenes participando en la primera Love Parade  
Recuperado el 26 de junio, 2022, de  
<http://fstiv.com/home/love-parade-150-personas-hicieron-historia-hace-31-anos/>
- Figura 5: Wo geht's lang?: Ausgelassene Teilnehmer der 13. Love Parade in Berlin. Im Hintergrund das Brandenburger Tor  
Recuperado el 28 de junio, 2022 de  
<https://www.spiegel.de/fotostrecke/love-parade-fotostrecke-108510.html>