

# **El futuro de los festivales de música**

**Una nueva forma de hacer festivales de música manteniendo  
protocolos de la salud**

Frida Aspani Razon

Universidad Iberoamericana CDMX

Profesor: Eduardo Portas

Materia: Investigación aplicada

Fecha: 30/junio/2020

## **Sumario**

Se hizo una investigación acerca de todo lo que conlleva un festival de música y cuáles son los puntos más importantes para crear esta experiencia hiperreal, con el fin de buscar una propuesta para seguir teniendo experiencias similares a pesar de la pandemia por el Covid 19 en la que se encuentra el mundo. Esta investigación llevó a decirnos que no solo el artista y el espectáculo es lo que hace esta experiencia memorable, sino la interacción entre las personas y el ocio es lo que hace que el público quiera seguir asistiendo. Actualmente las empresas de entretenimiento están haciendo conciertos y festivales de música en línea para seguir a flote, la cuestión es que este tipo de evento aburre al público y no llama su atención, por lo mismo que no junta todos los aspectos que hacen de estos eventos una experiencia increíble.

## **Pregunta central**

- ¿Qué deberían de hacer las empresas de entretenimiento ante la situación del Covid19? ¿Qué eventos deberían de empezar a emplearse?

## **Preguntas secundarias**

- ¿De qué manera el Covid19 ha afectado al mundo de los festivales de música?
- ¿Cuál ha sido el éxito de los eventos en línea de las empresas de entretenimiento?
- ¿Como han sido los eventos en línea desde este momento?
- La interacción entre las personas en los festivales de música ¿Qué funciones tiene? ¿Por qué es tan necesario para el éxito del evento?
- ¿Cuál es la relación entre la marca, tipo de evento, el *venue* y el tipo de gente que va? ¿Cuál es su importancia?

## **Objetivo principal**

- Encontrar y proponer una nueva manera de llevar acabo festivales de música ante la situación de covid19.

### **Objetivos secundarios**

- Observar y analizar el efecto del covid19 en los festivales de música.
- Analizar las nuevas propuestas de eventos en línea por las empresas de entretenimiento y observar cuales han sido sus resultados (positivos y negativos)
- Analizar la importancia que tiene la interacción entre las personas en los festivales de música y con base a ello encontrar las razones por las cuales los intentos de festivales en línea no han tenido éxito.
- Analizar la relación que tiene la marca, el tipo de evento, el lugar y el tipo de gente que va y relacionarlo con los distintos eventos en línea que se han creado gracias al covid19

### **Justificación:**

El Covid19 ha afectado de tal manera al mundo del entretenimiento que festivales de música, conciertos, artistas y empresas de entretenimiento han sido enormemente afectados, pues han tenido grandes perdidas económicas que probablemente acabando esta crisis provoquen su desaparición. Actualmente, en el caso de los festivales de música, las empresas han estado buscando maneras de atraer a la gente y una de ellas es crear virtualmente estos festivales, pero estos no han tenido éxito esperado. Las empresas como Archipiélago y Ocesa, aunque tienen diferentes targets y estilos de eventos, los dos están en un punto crítico, pues ellos viven del entretenimiento, el ocio y la interacción entre las personas y el covid19 ha provocado que estos tres ámbitos no puedan ser cubiertos. Por ello, a través de esta investigación, se busca proponer nuevas ideas que puedan ayudar a estas empresas a seguir haciendo festivales de música y a su vez que estas nuevas propuestas junten a los tres ámbitos antes dichos, entretenimiento, ocio e interacción, para el éxito del evento.

## **Hipótesis:**

Los festivales de música a lo largo del tiempo han crecido de manera exponencial, esto se debe a la capacidad de darles a las personas un espacio de ocio, de interacción y entretenimiento. Por ende, el espacio se vuelve un factor necesario para el éxito de un festival masivo de música.

## **Metodología**

La metodología consistirá en una parte cualitativa y en otra cuantitativa. En la cualitativa se harán varias entrevistas a personas que trabajan dentro de las empresas de entretenimiento que hacen estos festivales de música, en este caso solo serán con integrantes de Ocesa y Archipiélago. En la parte cuantitativa se utilizará la encuesta como recurso principal para conocer con datos duros lo que las personas piensan acerca de los festivales de música virtuales y sacar una estadística donde se indique el área de oportunidad para la creación de estos eventos.

## **Resultados Esperados**

A partir de esta investigación se espera entender la raíz del porqué los festivales de música en línea no han tenido éxito. Considero que una de las razones será porque no cubren la necesidad de ocio e interacción, pero si de entretenimiento. Sin embargo, las personas no están dispuestas a pagar por un evento en línea que los puede llegar a entretener, pero no les cubre la necesidad de ocio e interacción y pues estos dos son más importantes que el hecho de puro entretenimiento.

## **Resultados Deseados**

Se desea tener como resultado a partir de esta investigación una nueva propuesta para llevar festivales de música donde converjan la interacción, ocio y entretenimiento en una

sola y de una manera creativa. Además, utilizar protocolos de seguridad para prevenir el contagio de enfermedades como el Covid19. Ante la situación crítica que se encuentra este sector, esta propuesta rompería **tabues** de como se deben de hacer festivales de música, ya que ayudaría a que estas empresas puedan seguir haciendo estos eventos ante situaciones similares a la que se vive ante el Covid19.

### **Problema Específico a Resolver (Problema de Investigación)**

El Covid 19 ha afectado a las empresas de entretenimiento y por ende a sus festivales, pues estos han tenido que ser cancelados o pospuestos. El problema consiste en que actualmente estas empresas están haciendo eventos virtuales en los cuales se puedan ver los conciertos en línea y recaudar el dinero perdido y ganar al mismo tiempo, la problemática se encuentra en el hecho de que estos eventos virtuales no han tenido éxito ni el *engagement* que se esperaba.

### **Marco Teorico**

Teoria social cognitiva: Albert Bandura

Los festivales de música nos dan una gran experiencia, pero esto no solo se debe a la forma de entretenimiento que nos proporcionan, sino también por el aprendizaje que nos dan. Según la teoría cognitiva social de Albert Bandura nos dice que gran parte del aprendizaje humano se da en el medio social, pues las personas observamos la forma de interactuar de los demás y de esta manera “adquirimos conocimientos, reglas, habilidades, estrategias creencias y actitudes” (Aragon, 2012).

En el ambiente de los festivales de música, podemos observar como gracias a las 2011 veces hay individuos que van sin experiencia y conforme observan las

actitudes, conductas y el ambiente, se van acoplando y aprendiendo el modelo que hay de socialización en ese contexto. En este modelo de aprendizaje existen dos formas para determinar la conducta de las personas

“el proceso de aprendizaje y el proceso de ejecución. El aprendizaje tiene lugar cuando el sujeto es capaz de retener el esquema de la acción; la ejecución se muestra cuando el sujeto pone en práctica el esquema de acción para obtener un beneficio personal” (Pérez Alvarez, 2004, p. 380)

En el caso de los festivales se puede observar cómo estos dos procesos de aprendizaje se dan en este ambiente. Por un lado, se ve el proceso de ejecución, donde las personas actúan buscando un beneficio propio, pero a su vez observando de los actos de las demás personas, por ejemplo: el uso de las drogas en los festivales, desde pequeños se enseña que las drogas son malas y ese es el esquema con el que vivimos. Pero cuando llegan los sujetos a un festival de música y observan a las personas utilizándolas y que la están pasando muy bien, entonces ellos van a consumirlas con el fin de tener un beneficio propio, que en este caso, es llegar a ese estado de diversión. En cuanto al proceso de aprendizaje, que se da partir de la experiencia de observar cómo actúan las personas y de ver qué es lo que esta bien o mal dependiendo de lo que el grupo de personas indique. La diferencia principal entre un proceso y otro es que en uno simplemente es un aprendizaje de cómo comportarse y el otro actúa dependiendo de un beneficio propio.

Por otro lado, Bandura dice que no siempre se necesita de la experiencia directa de los sujetos para obtener un aprendizaje de cómo comportarse, sino que con el simplemente hecho de observar, le va llega a las personas instrucciones de cómo debe ser su conducta en dicho contexto.

“las personas no son simples observadores pasivos con mecanismos internos orquestados por eventos medioambientales. Ellos son agentes de sus experiencias en lugar de padecer simplemente sus experiencias. Los

sistemas sensoriales, motores y cerebrales son herramientas que las personas usan para lograr las tareas y metas que dan significado, dirección, y satisfacción a sus vidas (Bandura, A 2001, p. 3)”

Repitiendo la frase de la cita anterior “Ellos son agentes de sus experiencias en lugar de padecer simplemente sus experiencias”, nos indica que las experiencias que tienen en las personas no las ven, sino que las observan, es decir, no solo es el mensaje y el receptor, sino que existe dentro de este diagrama una descodificación de la información, lo que conlleva a un aprendizaje de por medio. Es una especie de esponja, en la que se absorbe lo que se observa sobre las conductas de las personas. Sin embargo, también nos da a entender que son las personas quienes crean sus experiencias y no solo las viven, por lo que el venue, los artistas, el entretenimiento y todos los agentes que pueden haber dentro de un festival de música, quedan a segundo plano después de las personas como agentes de experiencia. Puesto que la experiencia que vive una persona y otra, y así sucesivamente, va tener resultados en el ambiente que se puede observar durante el evento.

Por otro lado nos dice que “ la conducta, humana es, en su mayoría aprendida, no innata” (Aragon, R, 2012). Por lo que todas estas interacciones y observaciones que se pueden ver dentro de un festival, son sumamente importantes para el crecimiento de las personas. Pues los festivales de música muestran conductas que no se encuentran en cualquier contexto, por ello es la importancia de que existan interacciones entre las personas, porque además de que eso es lo que busca la gente y lo que atrae, también es lo que despierta la curiosidad para aprender conductas diferentes. Por ello es que dice Bandura que mucho de nuestro aprendizaje se da en un medio social y de aquí es su importancia.

Joffre Dumazedier es un sociólogo francés que se centro en estudiar el tiempo libre y el ocio en la sociedad. El consideraba al ocio como:

“un conjunto de ocupaciones a las que el individuo puede entregarse completa y voluntariamente, sea para divertirse, para descansar, para desarrollar su información o su formación desinteresada, su participación social voluntaria, tras haberse liberado de sus obligaciones profesionales, familiares y sociales” (Sanchez Aguirre, 2014,p. 9)

Los festivales de música constituyen una parte fundamental del ocio y el uso del tiempo libre, pues cómo dice Dumazedier, es un evento donde el individuo se deslinda de sus obligaciones diarias y utiliza este tiempo recreativo para divertirse y hacer cosas de manera voluntaria, es decir, hace las cosas por que le nacen y no porque es su obligación hacerlas. El festival se caracteriza por unir todas estas maneras para alimentar al ocio y de esta manera les brinda a la audiencia una experiencia completamente de ociosa y diferente a las demás.

La diversión entendida como entretenimiento, una acción que distrae y que evade de los límites de la realidad. Así, la diversión y libera del cansancio mental, de la monotonía y del aburrimiento (Calvo Soraluze, 2016, p.129)

Dumazedier, a diferencia de otros filósofos y/o sociólogos, él busca profundizar en las funciones del ocio y las divide en las tres, mejor conocidas como “ las tres D de Dumazeider”: descanso, diversión y desarrollo (Sanchez Aguirre, 2014, p.9).

“funciones fundamentales e irreductibles: la de liberarse de la fatiga del trabajo, de las obligaciones y ocupaciones; ... del aburrimiento o rutina que conlleva ese trabajo y esas obligaciones, y la función más personalizada de



disponer de sí y para sí; la de una libre superación de sí mismo que libera el poder creador que toda persona lleva dentro” (Eloisa, p 77)

Al decir que tiene la función de disponer de sí y para sí, se refiere a que este espacio de ocio o tiempo libre permite a las personas pensar en ellas mismas y dejar de pensar en los demás. Se asemeja un poco al termino de Mindfulness, en el que se busca que las personas se centren conscientemente en ellas mismas y fluir haciendo las cosas que las hacen sentir bien y a gusto. Disponer de sí para sí en los festivales de música se puede observar en cuanto cómo las personas van a ver su artista favorito o a hacer la actividad que les apetece con el fin disfrutar, gozar el momento y generar experiencias consigo mismos, deslindados de la realidad.

Sin embargo, él también dice que existe un ocio positivo y otro negativo. El positivo es cuando se tiene alguna o varias de las “3 D” del ocio, pero cuando no tiene ninguna se diría que tienen ocio negativo. En el caso de los festivales de música podemos ver claramente como contienen un ocio positivo estos eventos, ya que esta experiencia esta enfocada en que las personas se diviertan, además de un desarrollo, puesto que hay un aprendizaje personal de por medio y existe un descanso, ya que se deslindan de sus actividades y obligaciones diarias y simplemente hacen lo que les gusta en el evento.

Vivimos en una sociedad industrializada, Joffre propone que debe existir un balance entre el trabajo y el tiempo de ocio. Puesto que estamos tan inmersos en el mundo del consumismo donde todos deben de estar constantemente trabajando para poder adquirir las cosas que desean y poder llegar al nivel de vida que se busca tener, que se olvida que el ocio es una necesidad vital del ser humano para tener una mente y cuerpo sano. Sin embargo, es importante mencionar que no siempre el ocio es igual para todas las personas, puesto que para unos gozar un festival de música es una manera de alimentar el ocio y desarrollar diferentes aspectos en ellos gracias a la experiencia sublime que les brinda, pero para otras personas sería una experiencia no placentera, cansada, entre otras cosas. Entonces Joffre nos dice que

no importa la actividad de ocio, sino lo que realmente importa es la actitud personal que se tiene ante eso y eso lo es lo que define al ocio.

Ante la teoría “social cognitiva” y la de “ocio” se pueden utilizar para analizar los festivales de música y su gran importancia en la sociedad, ya que además de aportar experiencias distintas a las que vivimos a diario, también aportan un aprendizaje, un desarrollo personal y apoyan a gozar nuestro tiempo ocio. Estos eventos estimulan a aprender conductas, despertar gustos, fomentar la creatividad y desarrollar nuestro yo. Todos los agentes que se encuentran a la hora de organizar un festival son fundamentales, pero el más importante es la capacidad de interactuar unos con los otros, pues las personas son seres sociales.

## **Estado del arte**

### Importancia del ocio y las experiencias

El ocio siempre ha sido una parte esencial para el ser humano, tan es así que desde la antigua Grecia ya se hablaba de esto, pues Sócrates llamaba al ocio “el más valioso de los bienes” y Aristóteles decía que “el primer principio de acción es el ocio” en cuanto que sirve para lograr el fin del hombre que es la felicidad (Aristóteles, Política, VIII, 1338 a.c). Actualmente tenemos muchos espacios de tiempo libre y la misma sociedad nos ha dado diferentes cosas para que consumamos ese espacio de ocio con ayuda del entretenimiento, tal como es la televisión, redes sociales, bares, antros, etc. Pero cuando hablamos de nuestro ocio en los festivales de música cambia, pues este no es igual que otros, este se vuelve un ocio experiencial.

“Los festivales no son sólo una forma de entretenimiento y desarrollo económico, potencialmente, son motivadores poderosos de viaje, facilitadores de autoestima colectiva y desarrollo comunitario y, sobre todo, generadores de experiencias únicas de ocio que pueden facilitar el desarrollo personal y social de las personas.” (Calvo Soraluze,2016p.3)

Pero antes que nada se debe definir lo que se entiende por experiencia, según Galmés Cerezo, profesora Centro Universitario Villanueva , es una interconexión entre los individuos y su ambiente. Estas experiencias buscan satisfacer las necesidades básicas de las personas, otorgándoles la capacidad de ocio, entretenimiento, diversión e interacción entre los individuos, por ello los festivales otorgan “experiencias hiperreales”, termino propuesto por dicha profesora.

“Las tendencias sociales como el aumento de la orientación hacia el ocio y la diversión, así como un deseo de individualismo, están dando lugar a cambios importantes en el comportamiento de los consumidores. Uno de estos cambios es la búsqueda de “experiencias hiperreales” (Galmés Cerezo, 2011, p.3)

Al entender esto, a la hora de crear una estrategia para crear experiencias se debe de tomar en cuenta la interacción que tiene que haber entre el individuo y su entorno, además de considerar como las personas interpretan las cosas desde su contexto emocional y con base a eso crear experiencias que apelen a los sentidos o sentimientos de esos individuos, para que así los despierten y tengan una experiencia más completa e hiperreal.

Consecuentemente, las experiencias juegan un papel fundamental a la hora de apelar y satisfacer a las personas de un modo emocional y también racional. Por ello, en cuanto al desarrollo personal, el ocio tiene que ver con la vivencia de situaciones y dichas experiencias mencionadas anteriormente. Pero ¿cuál es la clave para llegar a satisfacer el ocio? Según June Calvo Soraluze

“la clave de este ocio no está en el tipo de actividad que se lleva a cabo, sino en los desafíos que plantea y el disfrute que supone su superación. Por lo tanto, no todas las actividades de ocio pueden ser definidas como experiencia, ni todas las experiencias son auténticas, memorables y significativas.” (Calvo Soraluze 2016, JP.9)

Pero en el caso de los festivales de música este ocio también une la experiencia de la fiesta, pues de cierta forma cumple algunos requisitos que son considerados parte de una festividad y hasta la misma etimología de su nombre lo indica “festival, deriva del latín festus que significa fiesta”. Desde civilizaciones antiguas han existido estos eventos donde la gente participaba en su tiempo libre para gozar de un buen rato, relacionarse con las demás personas y divertirse. Los festivales de música no comprende al ocio cotidiano, pero si al de la experiencia y de la fiesta, sin embargo, también entran otros tipos ocio:

“el acto festivo cobra sentido también como acto lúdico y creativo. Por lo tanto, los festivales permiten el desarrollo de un ocio creativo también manifestándose a través de sus dos vertientes: la creación y la re-creación. Además que hay un proceso de intensificación cultural que se produce en los festivales a través de actos libres.”(Calvo Soraluze, 2016, p.10).

Este macro evento es tiempo recreativo para las personas que van, pues además de escuchar a sus artistas favoritos y de entretenerse, también aprenden, se divierten y crean experiencias memorables con ayuda de la interacción entre las personas. Tal como dice Calvo Soraluze:

“se puede afirmar que los festivales de música son ocio festivo, creativo y lúdico, porque su centro de interés es el disfrute motivado por la ruptura, la libertad, la

alegría a través de la creatividad humana que se manifiesta por medio de la música y la cultura” (Calvo Soraluze, 2016, p.10)

Galmes Cerezo nos confirma la necesidad de conceptualizar la experiencia en estas dimensiones: sensorial/estética; intelectual/educacional; emocional/de entretenimiento. Estas dimensiones hacen que la experiencia de los festivales sea más completa, sea atractiva y salga de la manera esperada, pero no solo se necesita de eso, sino también es fundamental que los humanos estén conectados con otras personas, pues estas formas de conexión también conforman parte de la experiencia. Justo ella indica que existen otras dimensiones, “dimensiones placenteras de la experiencia” y estas son: intelectual, emocional, social y sensorial/física. (Galmés Cerezo, 2011 p.7)

Sintetizando el texto anterior, se puede observar como hay aspectos que son sumamente necesarios a la hora de plantear un festival de música, por ejemplo: el que hayan interacciones entre las personas, que haya una parte sensorial, que se apegue a sus emociones o que las explote y que haya un aprendizaje de por medio.

“Las personas que acuden a un festival lo hacen para disfrutar, de uno u otro modo, de la música y del ambiente multicultural y creativo que se origina realizando un ejercicio de libertad, de satisfacción y disfrute y, desde luego” (Calvo Soraluze, 2016, p.28)

Los festivales de música no solo son un conjunto de conciertos puestos en un mismo venue, sino que es más complejo, es toda una estructura y sistema para proporcionar al público experiencias enriquecedoras que no solo son sobre música debido a que muchos de los participantes van solo por la fiesta, para conocer personas, por que los amigos van, porque aman a los artistas/bandas, les gusta la experiencia o simplemente para tomarse la foto y decir que fueron. Al tener un target

muy amplio sobre el tipo de personas que van, los organizadores de estos festivales deben crear un evento que apele a los gustos de todos ellos y el éxito de ellos ha sido gracias a que si logran complacer al público en todos los aspectos antes dichos. Pues él que quiere fiesta, tiene fiesta; él que quiere ir para conocer a gente, conoce a gente; él que quiere concierto, tiene concierto; él que quiere foto, tiene foto, etc.

### Situación Covid 19:

Actualmente los festivales de música están en un punto crítico, pues el Covid19 ha impedido la realización de estos eventos y ellos van a ser los últimos en poder salir al mercado. Algunas empresas de entretenimiento han creado diferentes propuestas para que se puedan hacer de una manera u otra estos eventos, pero la idea más común es hacer estos conciertos/festivales en línea. Sin embargo, al haber entendido todo lo antes dicho sobre la experiencia que brinda un festival, verlos virtualmente no se acerca ni a lo más mínimo ya que no existe la parte social, sensorial/física, de fiesta, entre otras cosas y por ello no ha tenido el éxito esperado. Si volvemos a pensar en los targets que existen dentro del público de los festivales de música, solo sería para las personas que son fanáticos de la música y de esa banda en específico, por lo que tampoco llegarían a tener el éxito que tendrían normalmente en vivo.

A partir de una conferencia sobre “El futuro de los conciertos y qué se puede esperar de ellos” dada en **línea** por algunos personajes eminentes dentro de la industria del entretenimiento, Norma Gasca cuenta sobre la propuesta de que las personas vean el concierto desde su automóvil:

“ la problemática de esta propuesta consiste en que las personas duraban hasta 4 horas dentro del coche sin poder ir al baño, entonces a partir de ello se tendría que hacer un protocolo de quién podría salir del auto a hacer sus necesidades y regresar, se tendría que hacer una especie de levantar la

mano, el problema es ¿cómo haces esa dinámica?. Sin embargo, también está el problema de que no se puede catear un automóvil y ¿cómo puedo saber que alguien metió un pomo o alguna sustancia dentro de su coche al concierto?.” (Hammer, Guss, 2020)

Lo que dice Norma es muy importante ante la elaboración de un concierto/festival, pues además de buscar brindar una buena experiencia memorable al público, también se tienen que hacer cargo los organizadores de la seguridad del público y cumplir con los lineamientos y protocolos para que el consumo de sustancias y, ahora, la propagación del Covid19 no se salga de control. Por otro lado también hace mención a la importancia de encontrar una propuesta para seguir haciéndolos, puesto que de todas las industrias que hay en México, la industria del entretenimiento va a ser la última en poder regresar al mercado “el cual es un problema grave, porque si abrimos y con una persona que este contagiada, nos van a cerrar nuestro evento... estamos perdiendo mucho dinero y vamos a seguir perdiendo entre las cancelaciones con artistas y de producciones pagadas”

Además de la propuesta anterior, también se encuentra la de un traje anticoronavirus llamado Micrashell, propuesta por una empresa de entretenimiento llamado Production Club. Este traje “Micrashell permite al usuario ver a través de un panel protector, respirar de manera segura a través de un sistema de filtración, beber, vaporizar, tener relaciones sexuales e incluso cargar su teléfono” (Production Club, 2020). Este traje ofrece proteger tanto a los que tienen el virus como a los que no lo tienen, además que es fácil de controlar, desinfectar y de utilizar. Esta opción es viable, pues puedes seguir viviendo la experiencia de festival/concierto con todo lo que conlleva, manteniendo su sana distancia. La cuestión es que los precios de las entradas para estos eventos subirían más de lo normal, pues estos trajes serían el ticket de entrada y no serían nada baratos, pues todos los aditamentos que tienen, más el mantenimiento de ellos incluyendo desinfectarlos y más lo que protege ante propagaciones del Covid19.

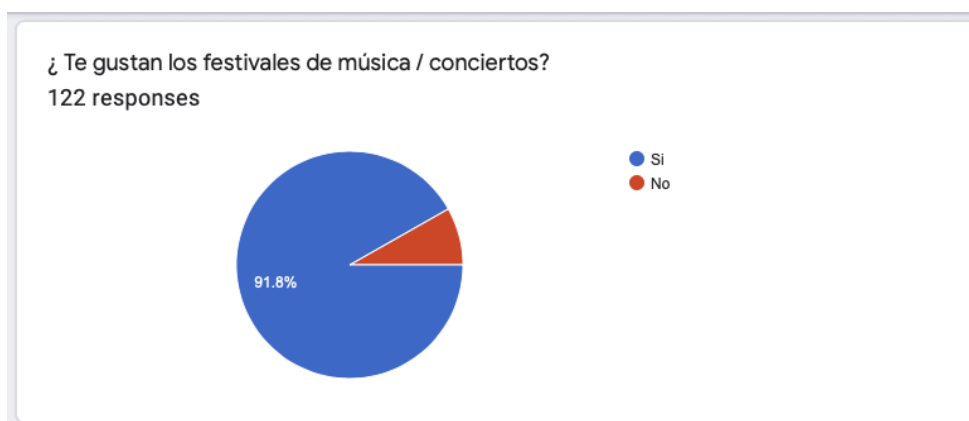
En general, existen varias ideas para seguir haciendo estos eventos, pero todas tienen sus fallas. Puesto que la propuesta sobre hacerlos virtuales no atrae al público, el hacerlos en los automóviles hay fallas en el sistema de seguridad del público y utilizar el traje haría que los festivales sean poco accesibles monetariamente.

## Encuestas

Se elaboró 122 encuestas a distintas personas para saber su opinión acerca de los festivales en línea, qué es lo que les gusta de la experiencia de asistir a un festival, entre otras cosas. Las primeras dos preguntas eran filtro para que solo las personas que realmente les gustaran los festivales contestaran con base a sus experiencias y gustos.

Resultados:

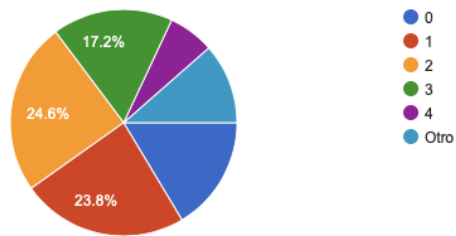
Tabla 1 y 2





¿En el último año, a cuántos festivales o conciertos has asistido?

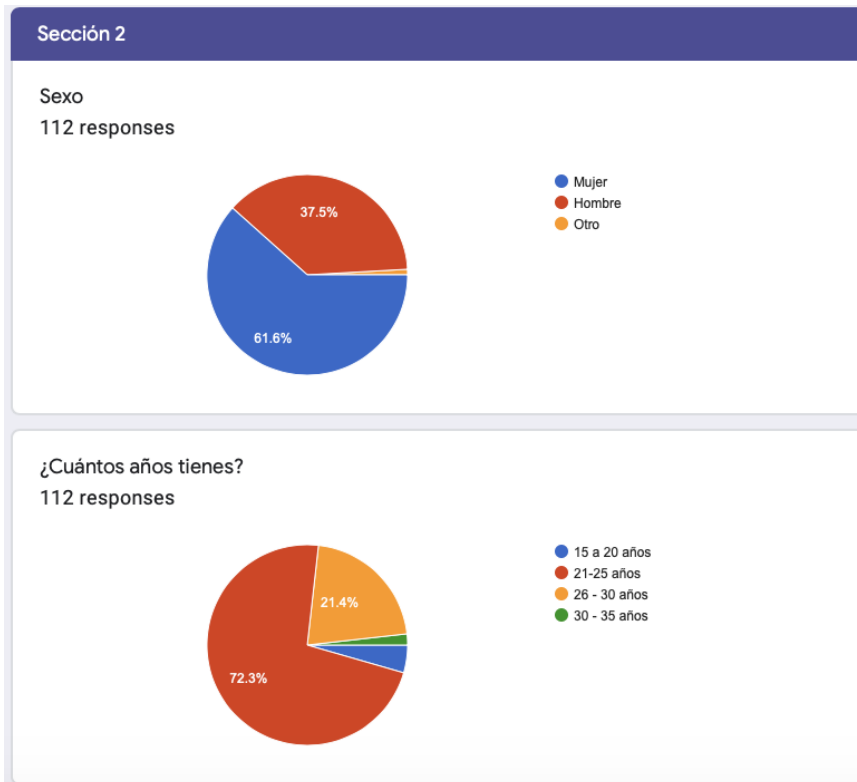
122 responses



Estas dos preguntas son las filtro, pues el fin era buscar personas que si le gusten los festivales/conciertos y además que si hayan ido. Estas dos tablas se muestra el gusto de las personas por los festivales de música, pues en la tabla 1 se afirma que el 92% de los encuestados les gusta ir a estos eventos masivos. Por otro lado, se observa en la tabla 2 como por lo menos una vez al año las personas van a estos eventos.

A continuación se ve la parte principal de la encuesta, donde de las 122 personas que iniciaron la encuesta, solo 112 de ellos pudieron seguir contestándola, pues los otros diez no pasaron las preguntas filtro.

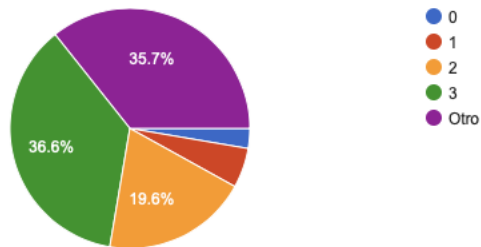
Tabla 3 y 4



En los dos gráficos anteriores se muestra en la primera tabla cómo la mayoría de los encuestados son mujeres, pues son el 61%. Mientras que en la segunda tabla se observa que la edad que tienen es de 21-25 años

¿Cuántas pantallas tiene tu casa?

112 respuestas

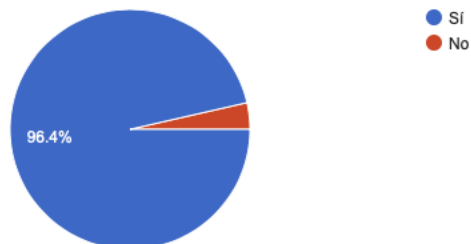


La grafica número 5 indica que la mayoría de las personas encuestadas tienen 3 o más pantallas en sus casas, lo que nos dice un poco sobre su nivel socioeconómico que es de medio a alto.

6

¿Asistes a la universidad o tienes título universitario?

112 respuestas



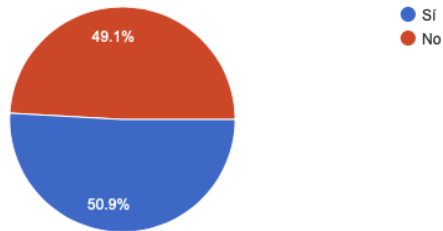
En esta tabla se muestra como casi todos los encuestados tienen un título universitario o asisten a la universidad.

7

### Sección 3

10. ¿Has ingresado a algún evento (concierto o festival de música) en línea?

112 responses

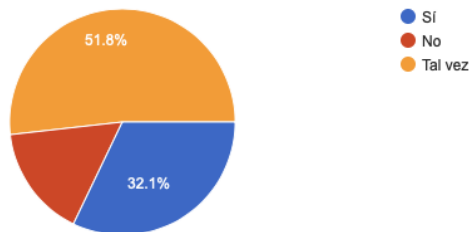


En la tabla 7, se observa como la mitad de los encuestados no han ingresado a ningún evento de música en línea.

8

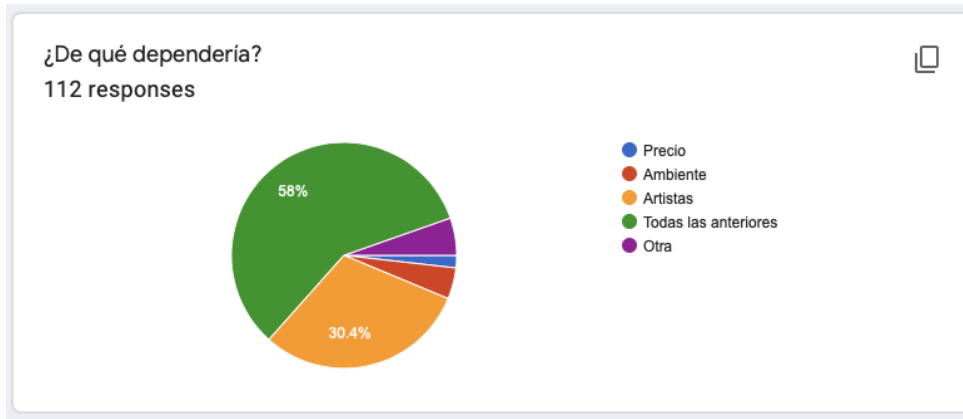
¿Ingresarías un festival en música en línea?

112 responses



En la tabla 8 se muestra cómo las personas encuestadas tienen tendencia más hacia lo negativo acerca de asistir o ingresar a un festival o concierto en línea, pues solo el 32% afirmó que si ingresaría.

9



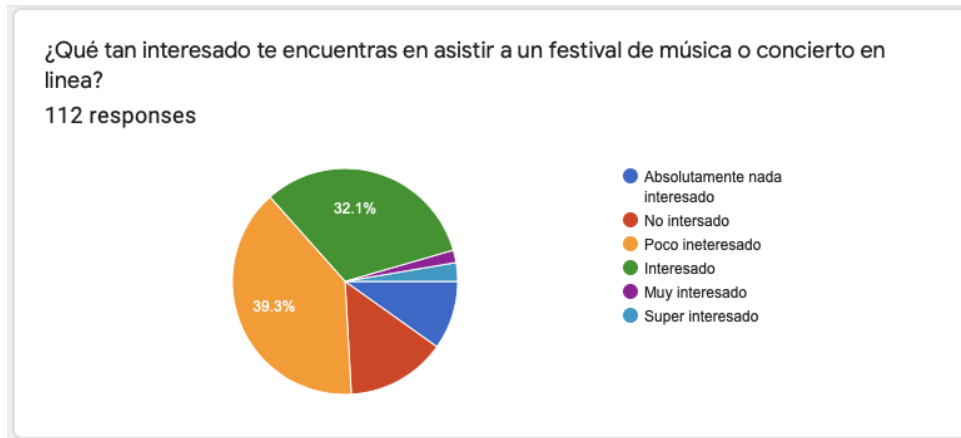
En este grafico se puede observar la necesidad de tener un buen ambiente, artistas, precio, entre otras cosas, para el éxito de un festival de música en línea, pues de esos son algunos de los factores de los cuales dependería la asistencia de las personas al evento.

10



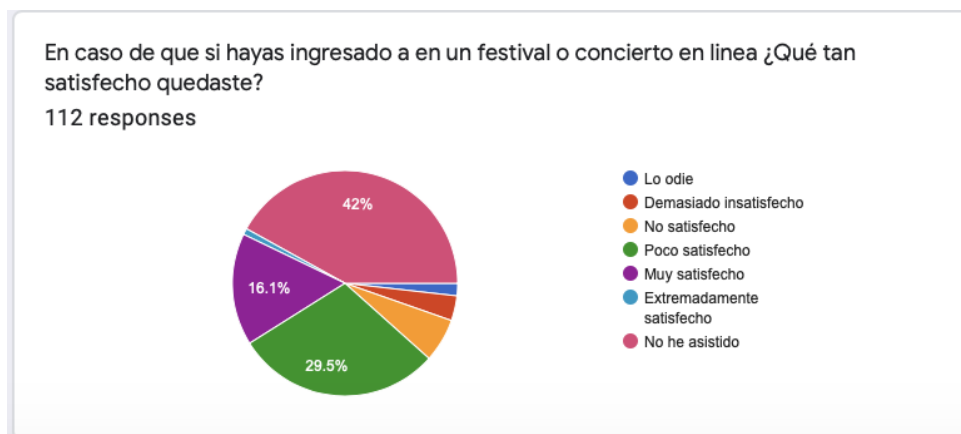
Se observa el éxito del festival no solo depende del entretenimiento, sino también de la forma que alimenta al ocio y la interacción que existe entre las personas. Pues el 65% de los encuestados dijo que su éxito se debía a las 3 primeras opciones (entretenimiento, ocio e interacción)

11.



En el gráfico se observa cómo la mayoría de los encuestados se encuentran negativos acerca de asistir a un festival en línea, pues el 63% contestó “absolutamente nada interesado, no interesado, poco interesado”.

12

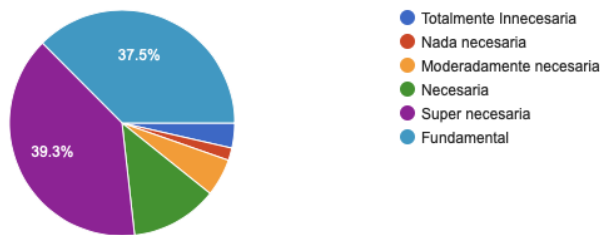


En esta gráfica se muestra como la mayoría de las personas que ha ingresado a un festival de música en línea acabaron insatisfechos con el evento, pues si juntamos el color verde, amarillo rojo y azul son la mayor parte del **grafico**.

13

¿ Qué tan necesaria crees que sea la interacción entre las personas para el éxito del concierto?

112 respuestas

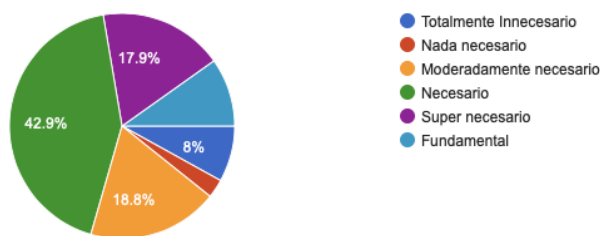


La grafica 13 se muestra lo que piensan las personas acerca de la interacción en los festivales y como resultado se puede ver como la mayoría de las personas piensa que es fundamental para el éxito de estos eventos.

14

¿Qué tan necesario crees que sea cubrir la necesidad del ocio para el éxito del concierto?

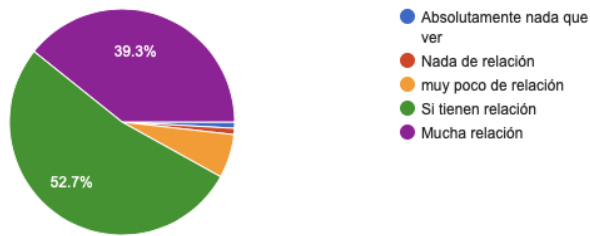
112 respuestas



Se muestra en esta grafica como la mayoría de las personas opinan que cubrir el ocio es necesario para el éxito del concierto. Pues la mayor parte contestó que era “fundamental, **super** necesario, necesario”

15

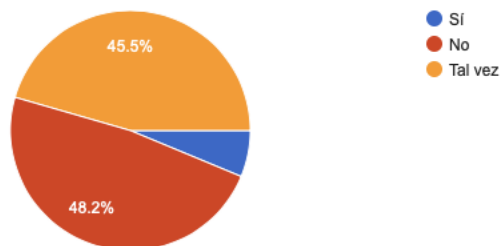
¿Qué tanta relación hay entre el estilo de personas, el tipo de evento y el venue?  
112 respuestas



En esta grafica 15 se observa que los encuestados opinan que si existe una estrecha relación entre el estilo de personas, el tipo de evento y el venue.

16

¿Estas dispuesto a pagar por un concierto o festival en línea?  
112 respuestas



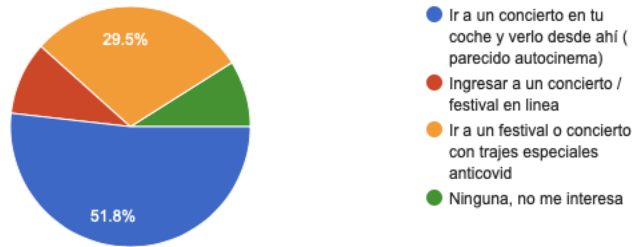
La mayoría de los encuestados no esta dispuesto a pagar, por lo mismo que no están interesados la mayoría en asistir a un festival en línea.

17



Ante la situación actual ante el Covid 19, ¿qué prefieres?

112 respuestas



En esta grafica se muestra otras propuestas de cómo poder hacer festivales ante la situación del Covid19 y la mayor parte de personas busca alternativas tales como ver el concierto desde el coche o con trajes especiales.

18

Escribe brevemente ¿qué parte de la experiencia de asistir a un festival o concierto es la que te gusta?

112 respuestas

El mundo de fantasia que se crea en donde la musica es quien rige y todos son uno mismo. El ambiente que se crea y poder escuchar tu musica favorita en vivo.

Ambiente

Ambiente y música en vivo

El ambiente

El ambiente q se genera

El show, el performance, el público cantando junto

Convivir von la gente

Música en vivo, la fiesta

Ver al artista en vivo

Emocion

La interacción Con el entorno y todo lo que vives en un festival

La musica en vivo, el ambiente

Conectar con la música, el artista y las personas que están allí.

El recinto y los artistas

Tiene que ser um artista que me guste mucho, la interaccion

La oportunidad de conocer a muchos artistas y varios que no vendrían normalmente a nuestro país en un mismo lugar, combinado con la interacción con la gente

La gente, el ambiente, la música a todo volumen

En la pregunta 18 se les pregunto a las personas sobre qué parte de la experiencia de un festival de música es lo que les atrae. Muchos de ellos contestaron que lo que más les gustaba era el ambiente, la interacción con el entorno, es decir, con las personas, artista, contexto, etc.

### Entrevistas:

Se elaboraron una serie de entrevistas dos personas que trabajan dentro de estas empresas de entretenimiento y que su labor esta enfocado en el área de festivales de música y conciertos. Estas dos empresas son Archipelago y Ocesa, es importante indicar que cada uno tiene un target diferente y estilo de presentar estos eventos, pero al final los dos están viviendo la misma problemática ante la pandemia del Covid19.

Entrevista por teléfono con Salo Soloveichik, Ocesa

| Preguntas  | Respuestas                              |
|--|---|
| ¿Cuál es tu labor en los festivales/ conciertos? | Productor de escenarios y stage manager |

|  |  |
|--|--|
| <p>¿Has ingresado a un evento en línea?<br/>¿Cuál es tu opinión al respecto?</p>                                   | <p>“Justo es algo que se ha estado utilizando, pero obviamente no se asemeja en lo más mínimo a un festival o concierto en vivo. Justo voy a comprar unos boletos para ver un festival pero de realidad virtual, lo cual va a estar interesante ver como hacen el modelo de los festivales y conciertos. Pero yo creo que esta modalidad de estos eventos solo van para las personas que les gusta los videojuegos y tienen aparatos en sus casas”</p> |
| <p>¿Por qué el ocio es importante a la hora de un concierto/festival o que tan importante es ?</p>                 | <p>“Es muy importante el ocio en el festival, pues a diferencia del antro que te da desmadre y ligue, los festivales te dan eso, además de ver al artista y tener una experiencia diferente a las demás”</p>   |
| <p>¿Por qué es importante la interacción entre las personas en un festival /concierto o qué tan importante es?</p> | <p>“pues siempre estamos con gente, yo cuando voy a un festival solo al final acabo conociendo e interactuando con alguien, a veces voy con amigos, a veces voy con mi novia, depende la experiencia que quieras pero siempre va ligado a la interacción”</p>  |
| <p>¿Cuál es la relación entre el venue, el ambiente y las personas?</p>  | <p>Se me hace que es algo subjetivo, pues a mi me gusta ir conciertos pequeños, pues ahí esta la gente que realmente le gusta el show de <b>ee</b> artista, pero si quiero ir a echar desmadre me voy a ir a uno que sea más grande.</p>   |

|  |  |
|--|--|
| <p>Ante la situación del Covid, ¿qué propuestas han surgido para seguir haciendo festivales /conciertos?</p>   | <p>Hay una propuesta de hacer en realidad virtual estos festivales, que suena interesante y yo <b>alomejor</b> me lanzo a comprar el boleto, pero esto solo es para las personas geeks que tienen los aparatos para poder verlos.</p> <p>Han surgido muchas propuestas, pero siento que solo son para el rato, simplemente para mantener a flote”</p>  |
| <p>¿Cuál es tu opinión acerca de ir en un <b>conche</b> a concierto, ingresar en <b>linea</b> usar trajes especiales, personas dentro de burbujas, carritos de golf, minimizar los eventos (hacerlos mas elite)?</p> | <p>“cualquier cosa que hagan ahorita solo va a ser para mantener a flote, lo de los coches puede ser una buena opción, pues he ido a festivales que en la zona de camping es con coches” “Yo creo que el siguiente paso es hacer conciertos y festivales más pequeños y que la gente este sentada, por ejemplo, en un auditorio nacional, porque así tendríamos más control de las personas”</p> |

Entrevista por teléfono con Daniel Hammer, Archipiélago

| Preguntas  | Respuestas   |
|--|--|
| <p>¿Cuál es tu labor en los festivales/ conciertos?</p>                          | <p>“Veo la parte comercial, <b>osea</b>, gestión y producción de patrocinios”</p>  |
| <p>¿Has ingresado a un evento en línea?<br/>¿Cuál es tu opinión al respecto?</p> | <p>“ <b>Si</b>, hemos estado haciendo esas cosas”<br/>“funcionaron bien al principio, pero la gente se aburrió rápido... las plataformas</p> |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>que utilizábamos eran Zoom, Instagram Live y Facebook Live.. la gente que entraba en zoom esta más interesada e interactúa mucho más pero entrar en zoom es mucho más esfuerzo que poner el live en Instagram o Facebook, además que en Instagram y Facebook tiene un mayor alcance”</p> <p>“llevar a cabo un boiler room, es demasiado sencillo y aburrido, a menos que sea algo muy <b>cabron</b> que valga la pena”</p> |
| <p>¿Por qué el ocio es importante a la hora de un concierto/festival o que tan importante es?</p>                  | <p>“.. no creo que los festivales llenen el ocio, <b>pjues</b> ocio se me hace una palabra negativa, yo creo que cubren otras necesidades como las de relacionarse, vivir nuevas cosas, salir de tu entorno diario, pasarla chido con tus amigos”</p> <p>“Hago los festivales para que la gente descubra nuevas cosas, salgan de la rutina, darles alternativas, darles algo diferente”</p>                                   |
| <p>¿Por qué es importante la interacción entre las personas en un festival /concierto o qué tan importante es?</p> | <p>“Mucho, porque sino le das un papel a la gente, si las vas a sentar en una silla se vuelve algo repetitivo” “la interacción te reta caminar por el <i>venue</i>, descubrir nuevas cosas... a menos que tu atractivo sea lo que estas viendo, es <b>importantisimo</b> darles a las personas un papel en el cual puedan desenvolverse”</p>  |

|  |   |
|--|---|
| <p>¿Cuál es la relación entre el venue, el ambiente y las personas?</p>  | <p>“Si, yo creo que te predispone... si ya sabes a donde vas a ir y sabes que hay ahí, por ejemplo el Corona Capital del año pasado dejaron montado todo para y el Flow Fest, que es un festival de reggeton. Lo cual no estuvo tan bien, pues hace que las personas sepan a lo que van, en lugar de cambiar el montaje y la producción para un festival que es de otro genero”</p>   |
| <p>Ante la situación del Covid, ¿qué propuestas han surgido para seguir haciendo festivales /conciertos?</p>   | <p>“ la gente va a tener menos dinero, por lo que van a ser más selectivos en que lo gastan y los que se encargan de hacer todos estos eventos van a tener que hacer cosa muy cañonas y echarle más ganas para atraer al público”</p> <p>“para nada creo que las propuestas que se hayan visto estén para quedarse, van a pegar un ratito, pero si la experiencia es horrenda no lo vas a repetir, prefiero esperar a que todo se arregle para ir aun festival normal a uno que tenga que ir en el coche o sin hablar con la demás gente”</p> |
| <p>¿Cuál es tu opinión acerca de ir en un coche a concierto, ingresar en <b>linea</b> usar trajes especiales, personas dentro de burbujas, carritos de golf, minimizar los eventos (hacerlos mas elite)?</p> | <p>Los conciertos y festivales que han hecho estas cosas, lo hacen más por la nota, porque no va a funcionar <b>asi</b> en un futuro, pues a la gente le va a costar más trabajo comprar el boleto y pues menos va a</p>  |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>pagar por un traje que les va a costar todavía más”</p> <p>“las pelotas de burbuja no se aguanta mucho tiempo en ellas, no se puede mucho tiempo sin salir, te ahogas”</p> <p>“veo muy complicado que pueda existir la industria sin que fuera lo que era, pueden cambiar algunas cosas, como echarle más ganas, los artistas tienen que ser más accesibles y entender la situación de la gente, pero así que exista una forma de cambiar la forma como hacerlos más pequeños, al final no va a ser accesible en un futuro. los cambios que se hagan ahorita solo van a ser por el momento, después van a regresar a lo mismo era”</p> |
|--|---|

Entrevista por teléfono con **Maria Jose** Eguiarte, ella trabaja dentro de la industria musical, además de trabajar dentro de conciertos y festivales, también es manager de artistas musicales

|  |   |
|--|---|
| Preguntas  |   |
| ¿Cuál es tu labor en los festivales/ conciertos?                         | “Trabajo en varios festivales y en cada uno me encargo de algo diferente, por lo general me encargo de la logística de los artistas, invitados y publico” |
| ¿Has ingresado a un evento en línea?<br>¿Cuál es tu opinión al respecto? | “Si, justo uno que era un podcast de unas chavas y me habían invitado del foro <i>Indie rocks</i> y la verdad es que estuvo muy chido porque estaban bien |

|  |  |
|--|--|
|  | <p>producidos los conciertos, pero obviamente no es lo mismo que ver un festival o concierto en vivo”</p>  |
| <p>¿Por qué el ocio es importante a la hora de un concierto/festival o que tan importante es ?</p>                 | <p>“Si es importante, pues el ocio es necesario para la salud mental y ahorita en esta época nos podemos dar cuenta lo necesario que es para que estemos bien”</p>   |
| <p>¿Por qué es importante la interacción entre las personas en un festival /concierto o qué tan importante es?</p> | <p>“Pues no hay como ver un concierto con tu mejor amigo, tu novio, un grupo de gente, etc. Es padre poder interactuar, pero es algo que ahorita no se puede tener, entonces tenemos que ver lo que si se puede”</p>   |
| <p>Ante la situación del Covid, ¿qué propuestas han surgido para seguir haciendo festivales /conciertos?</p>       | <p>“La verdad considero que ahorita tenemos que acoplarnos a lo que tenemos y hemos tenido muchos avances en cuanto tecnología, obviamente no es similar a la experiencia de ver los eventos en vivo, pero pueden producirse cosas chingonas y formales y ponerlos en <b>linea</b>”</p> <p>“Es importante entender que ha cambiado la forma de entretenimiento, la forma que consumimos entretenimiento y lo que ahora nos gusta como entretenimiento. Por ejemplo, antes se escuchaba pura música de fiesta, pero ahora la gente ha escuchado más música tranquila y de meditación. Además que ha bajado el uso de Spotify y ha</p> |



|   |   |
|---|---|
|   | incrementado el uso de Youtube, pues la gente antes solo escuchaba la música como eco y ahora las personas le prestan atención a otras cosas”   |
| ¿Cuál es tu opinión acerca de ir en un <b>conche</b> a concierto, ingresar en <b>línea</b> usar trajes especiales, personas dentro de burbujas, carritos de golf, minimizar los eventos (hacerlos mas elite)? | “Considero que pueden haber muchas ideas, pero la realidad es que ahorita no podemos tener eso. Lo de los coches pues justo va a haber un concierto de Moderato en Toluca y va a ser el primero que se hace así, pero hay muchas cosas que se deben tomar en cuenta antes de hacerlo, más allá de que si los coches caben o no” |

**Interpretación de Resultados:**

A partir de las encuestas, entrevistas e información recopilada se muestra cómo la interacción humana y el ocio son fundamentales a la hora de crear un concierto o un festival, pues hacen de estas experiencias que sean hiperreales, tal como dice Salo Soloveichik que los conciertos y festivales juntan varias experiencias o actividades en una sola, lo cual hace que se vuelva memorable.

En cuanto a las encuestas se puede ver cómo la mayoría de los encuestados no están interesados en ir a festivales o conciertos en línea, debido a que sienten que “es como ver un video de Youtube”. Estas personas indican que un festival de música no solo es ver al artista, sino toda la experiencia que conlleva estar en él, donde se juega la interacción con el entorno, los artistas, la música, entre otras cosas. Además del ambiente que se va creando. Estas personas no buscan ver estos eventos en una pantalla, pues la experiencia que brinda no se acerca en lo más mínimo a la experiencia de estar presente durante el evento, por ello es que no han tenido éxito estos conciertos/festivales virtuales, debido a que las personas les aburre verlos a menos que

sea un artista en específico que quieran ver. Se podría decir este tipo de evento solo va para un target en específico, y este es el de los fans del artista/banda que se muestra.

Daniel Hammer también habla sobre la falla de hacer estos eventos virtuales, pues él dice al principio que pueden ser atractivos, pero finalmente se vuelven aburridos. Por ello Hammer hace énfasis en darle un papel a las personas para que puedan desarrollarlo de tal manera para que se vaya creando un buen ambiente en el evento. Ahí es donde se encuentra la necesidad de interactuar con las demás personas, lo que se ha dicho previamente durante la investigación, y de poder desenvolver un rol en ese contexto, pues es fundamental tomarlo en cuenta a la hora de crear una experiencia.

En cuanto al ocio, se vió en las encuestas como la mayoría de las personas piensa que es fundamental a la hora de crear experiencias tales como los festivales de música y conciertos, pues tal como dice Salo Soloveichik, estas experiencias une la parte del show, la parte de interacción, fiesta, actividades, entre otras cosas que hacen que esta experiencia se diferencie de las demás y alimente a diferentes ocios que tienen las personas. Mientras tanto Hammer dice que no está de acuerdo con el término ocio pues

“.. no creo que los festivales llenen el ocio, pues ocio se me hace una palabra negativa, yo creo que cubren otras necesidades como las de relacionarse, vivir nuevas cosas, salir de tu entorno diario, pasarla chido con tus amigos...hago los festivales para que la gente descubra nuevas cosas, salgan de la rutina, darles alternativas, darles algo diferente...”

Pero utilizando lo que planteaba Joffre Dumazedier

“...un conjunto de ocupaciones a las que el individuo puede entregarse completa y voluntariamente sea para divertirse, para descansar, para desarrollar su información o su formación desinteresada, su participación

social voluntaria, tras haberse liberado de sus obligaciones profesionales, familiares y sociales” (Sanchez Aguirre, 9)

Se puede observar cómo el término ocio por Dumazedier dice lo mismo que lo que Hammer afirma pero con otras palabras, lo que pasa es que la sociedad está acostumbrada a ver al ocio como algo malo, cuando en realidad es una necesidad básica de las personas.

La situación que en la que se encuentran todos los festivales de música y conciertos es difícil, pues todos han estado buscando alternativas para poder seguir haciendo estos espectáculos, pero la manera más fácil y viable para hacerlos es de forma virtual. La problemática consiste es que estos eventos en línea no llaman la atención del público y ni les interesa, a partir de los datos encontrados, por ello estas empresas han creado diferentes propuestas para seguir haciéndolos y cada una tienen sus aspectos positivos tanto negativos. En cuanto hacer el festival en el coche está el aspecto negativo que es difícil mantener el control de lo que haya dentro del coche y de las personas que necesiten salir de él en determinado momento para ir al baño o cualquier necesidad que tengan, además que no hay tanto espacio para poner demasiados coches, por lo que a la larga no va a ser sostenible. También está la propuesta del traje anti Covid19, pero subirá mucho los precios de los boletos y con crisis económica existente la gente no va a pagar más. En general existe una lista larga de propuestas que se han creado, pero la realidad es que todas ellas solo serían momentáneas para mantener a flote estas empresas de entretenimiento, pues el esquema de un espectáculo masivo lleva siendo el mismo desde los romanos con los coliseos, el teatro en la antigua Grecia, entre otras civilizaciones en las que se tiene un esquema similar a los festivales y conciertos actuales.

Otra problemática que tienen estos conciertos y festivales es más que nada por los artistas. Pues según la entrevista con Salo, nos dice que la mayoría de estos

espectáculos cuentan con personajes que extranjeros, por lo cual es más difícil que participen y den su show. Por lo que otra manera para ayudar a crecer estas empresas, ante semejante situación, es empezar a implementar artistas nacionales para dar estos eventos.

Con base a lo que las personas contestaron la pregunta 17, los encuestados prefieren ir con la situación del Covid19 a un festival o concierto en el coche y verlo desde ahí, esto indica que si hay una oportunidad en el mercado para alcanzar a aquellas personas que tengan esa necesidad de vivir la experiencia de un concierto o festival en medio de una cuarentena.

## **Conclusión**

Como conclusión no se cumplió el objetivo principal, puesto que no se creó una propuesta nueva y viable para seguir haciendo conciertos y festivales de música ante la situación del Covid19. Pero se mostró que hacerlos en línea no funciona, puesto que a la audiencia no les gusta y no les llama la atención a menos que la persona que ingrese al concierto virtual sea fan de determinado artista. Por otro lado, se aprendió que el festival no solo es ir y ver el espectáculo, sino todo el conjunto de experiencias que brinda, ahí vemos la necesidad de interacción, el rol que desenvuelven cada individuo durante el evento y la necesidad de alimentar al ocio del público.

Aunque no se encontró una nueva propuesta, la más viable y eficaz sería que las personas ingresaran con sus coches, una especie de autocinema pero aplicado en conciertos/festivales de música. La cuestión es que esta propuesta no esta para quedarse, más bien ninguna de las nuevas ideas, pues solo serían momentáneas para que las personas puedan tener una experiencia similar estos eventos masivos que se tenían antes de la pandemia y que estas empresas de entretenimiento puedan seguir manteniéndose a flote. Por lo que la siguiente investigación debería estar

enfocada a la propuesta antes dicha y analizar si es viable, si a la gente le interesaría y qué pros y contras conllevaría hacerlo.

## Referencias

- Aristóteles (1999). Política (trad. de M. García Valdés). Madrid: Gredos.
- Aragon Rafa. (2012). Teoría Cognitivo-Social de Albert Bandura. 21/junio/2020, de Psiqueviva Sitio web: <https://psiqueviva.com/teoria-cognitivo-social-de-albert-bandura/>
- Bandura, A. (1997): "Self-Efficacy: The Exercise of Control". New York: Freeman.
- Bandura, A y H.Walters, R (1974): Aprendizaje social y desarrollo de la personalidad. Alianza Universidad. Editorial Alianza.
- Bandura, A (2001). La Teoría Cognitiva Social: Una perspectiva agencial. Revisión anual de psicología: Revisado en: [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/31455772/BANDURA-Social-Cognitive-Theory-Taduccion.pdf?1372277914=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DBANDURA\\_Social\\_Cognitive\\_Theory\\_Taduccio.pdf&Expires=1592762963&Signature=cE8ah3pd-qLMgJboMHbhHTDPO56MDsLQNY9vEWVQQ6QiHOTpynmjJnkZMEfO9pdPjcWgvhjQOcvjVow~tiDgXPtHcu77ylUx7Hr0F5NErTyT2rSJH~ZsPQzfU6n0Wxms3smUmhlvFuAhh-ycKGuV42YERqQt84pq7DJ9OHKE5iyoO7u~bcO1AhUal9fvCmVRZjmALxhOOwU0XviogXStTeNU5BS0~X0TAAA1T8X0LOIW0kuewCPr8v7S4lfHslgAZpD4eborUPUmEUUnJrz~BbTdnCcf1ZHoSjMOskf17KcVJXpR~d2JzSNb8gjLO~JsXyaMh0CePf6jRXZPyq17oQ\\_\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/31455772/BANDURA-Social-Cognitive-Theory-Taduccion.pdf?1372277914=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DBANDURA_Social_Cognitive_Theory_Taduccio.pdf&Expires=1592762963&Signature=cE8ah3pd-qLMgJboMHbhHTDPO56MDsLQNY9vEWVQQ6QiHOTpynmjJnkZMEfO9pdPjcWgvhjQOcvjVow~tiDgXPtHcu77ylUx7Hr0F5NErTyT2rSJH~ZsPQzfU6n0Wxms3smUmhlvFuAhh-ycKGuV42YERqQt84pq7DJ9OHKE5iyoO7u~bcO1AhUal9fvCmVRZjmALxhOOwU0XviogXStTeNU5BS0~X0TAAA1T8X0LOIW0kuewCPr8v7S4lfHslgAZpD4eborUPUmEUUnJrz~BbTdnCcf1ZHoSjMOskf17KcVJXpR~d2JzSNb8gjLO~JsXyaMh0CePf6jRXZPyq17oQ__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

- Calvo Soraluze June. (2016). Generación de experiencias de ocio en los festivales de música. Bilbao : Universidad de Deusto
- Ferreira Yaritza. (2016). Aprendizaje cognoscitivo social de Albert Bandura y la teoría psicogenética de Jean Piaget. Revisada en: [https://www.academia.edu/23341071/EL\\_APRENDIZAJE\\_COGNOSCITIVO\\_SOCIAL\\_DE\\_ALBERT\\_BANDURA\\_Y\\_LA\\_TEOR%C3%8DA\\_PSICOGEN\\_%C3%89TICA\\_DE\\_JEAN\\_PIAGET\\_Material\\_de\\_consulta\\_para\\_el\\_aprendizaje](https://www.academia.edu/23341071/EL_APRENDIZAJE_COGNOSCITIVO_SOCIAL_DE_ALBERT_BANDURA_Y_LA_TEOR%C3%8DA_PSICOGEN_%C3%89TICA_DE_JEAN_PIAGET_Material_de_consulta_para_el_aprendizaje)
- Hammer, D. Guss, L. (2020). Futuro de los conciertos y qué se puede esperar de ellos. Conferencia con integrantes de Ocesa y Archipiélago vía zoom.
- Galmés Cerezo, Maria. (2011). La digitalización de las experiencias de marca en los eventos de entretenimiento. Madrid: entro Universitario Villanueva.
- Pérez Alvarez, F. (2004). Serta: In memoriam Alexandri Berrata. Salamanca: Ediciones Universidad Salamanca.
- **Sanchez** Aguirre, Montserrat. (2014). Contextualización del tiempo libre infantil y juvenil en el entorno social . San Millan: Editorial Tutor Formación.
- Semana. (2020). Micrashell: traje anticoronavirus para salir a festivales y fiestas en el futuro. 29/mayo/2020, de Semana Sitio web: <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/micrashell-traje-anticoronavirus-para-salir-a-festivales-y-fiestas-en-el-futuro/670369>
- Tejada Zabaleta, A. (2005). Agenciación humana en la teoría cognitivo social\_ definición y posibilidades de aplicación. Universidad del Valle (Colombia)

**15 faltas de ortografía**