

Tenerife Glam Festival: una propuesta de gestión cultural

Trabajo de Fin de Máster

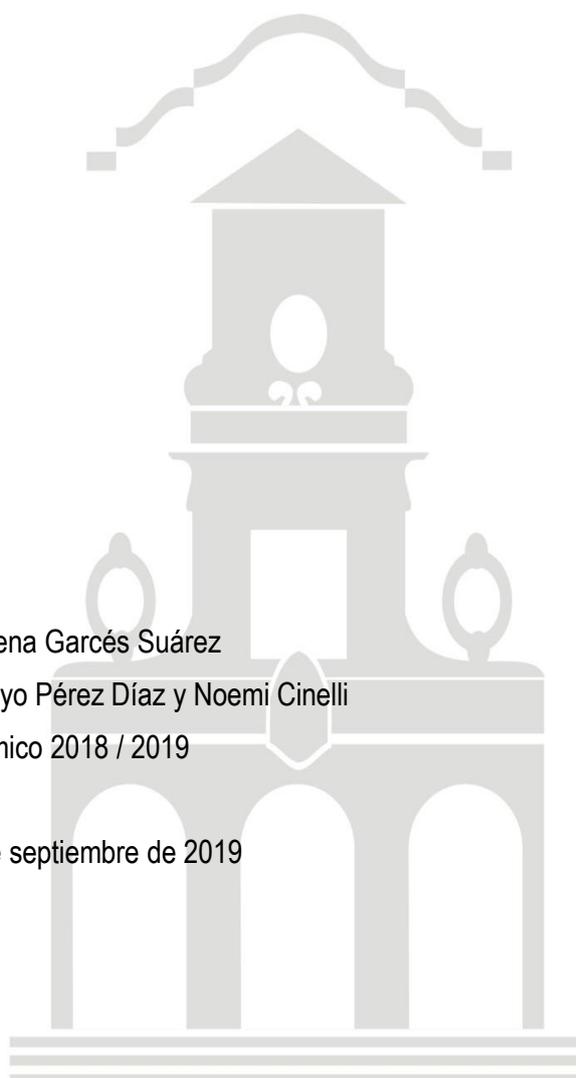
Máster en Teoría e Historia del Arte y Gestión Cultural

Autora: María Elena Garcés Suárez

Trabajo dirigido por: Pompeyo Pérez Díaz y Noemi Cinelli

Curso Académico 2018 / 2019

La Laguna a 10 de septiembre de 2019



ÍNDICE DE CONTENIDOS

Introducción.....	5
Justificación del tema.....	6
Objetivos.....	7
Metodología.....	8
Parte I: Investigación sobre la temática.....	10
1.1 ¿Qué es exactamente el Glam rock?.....	10
1.2 La nueva imagen de la rebeldía.....	13
1.3 La estética del Glam: sabes que es bueno cuando es espantoso.....	18
1.3.1 Decadencia: identidad de género y revolución sexual.....	22
1.3.2 Androginia e imagen.....	23
1.3.3 Celuloide: música y teatralidad.....	24
1.3.4 Apocalipsis: Elemento extraterrestre y misticismo.....	25
1.3.5 Fandom: seguidores y estatus de película de culto.....	26
1.4 Conclusiones del apartado teórico.....	27
Parte II: Proyecto de gestión.....	28
2.1 Introducción a la parte de gestión.....	28
2.2 Aspectos definatorios del evento.....	29
2.2.1 Fecha del Evento.....	29
2.2.2 Lugar.....	29
2.2.3 Previsión de participantes.....	31
2.2.4 Comité Organizador.....	32
2.2.5 Tipologías de actividades a desarrollar.....	32
2.2.6 Presupuesto preliminar.....	34
2.3 Planificación del festival.....	39
2.3.1 Comité Científico.....	40
2.3.2 Patrocinio.....	41
2.3.3 Divulgación del evento.....	42
2.3.4 Los comunicantes.....	47
2.3.5 Últimos aspectos de la organización.....	52
2.4 Puesta en marcha del festival.....	54

2.4.1	El programa del Tenerife Glam Festival	55
2.4.2	Desarrollo del evento.....	59
2.5	El resultado	62
2.5.1	Informe de los resultados.....	62
2.5.2	Encuestas de satisfacción.....	63
2.6	Conclusiones	64
	Bibliografía y webgrafía.....	66
	Referencias de imágenes	70

Introducción

En este proyecto de gestión cultural, se ha decidido aplicar la tipología de un festival de tipo cultural. La misma se caracteriza por ofrecer una programación singular de forma intensiva y pública (Bonet, 2011), celebrándose periódicamente y cuya duración está limitada en el tiempo. Además, debe definirse por un nombre de marca específico. Tenerife Glam Festival, será esta marca, que contará con el respaldo de instituciones públicas y privadas. Siguiendo la definición anterior, un festival favorece el tejido social, cultural y económico de la ciudad que lo acoge. Es así como a través del turismo cultural que atrae este evento, se impulsa la economía local fomentando el empleo y el gasto turístico. Además, para el territorio resulta una herramienta de regeneración urbana, formando oportunidades de desarrollo de otros productos turísticos similares y la consolidación de una imagen de destino. En el aspecto cultural, proporciona un espacio de intercambio de conocimientos entre profesionales de diferentes disciplinas artísticas y académicas, activando la programación cultural del lugar durante su agenda estable (Bonet, 2011). Como consecuencia de esta dinamización, tiene la responsabilidad de maximizar los beneficios para la comunidad, minimizando las externalidades negativas, especialmente en aquellas poblaciones medias y pequeñas, donde afecta directamente en el marketing de destino turístico. Para la institución organizadora, que en este proyecto es la Universidad de La Laguna, emprender un festival es una oportunidad de intercambio y colaboración con otras entidades, reforzando su posición como agente estratégico en el despliegue cultural de la isla. Asimismo, la organización de un exitoso festival puede llegar a generar prestigio internacional para la Universidad, erigiéndose como referente de calidad, que promulga iniciativas culturales innovadoras.

El proyecto de gestión sigue la línea temática de música popular urbana y cultura contemporánea. Su eje principal, temática del festival, versa sobre el Glam rock, tendencia de representación visual y musical con origen en los años 70 y su influencia en la cultura contemporánea. Debido al carácter interdisciplinar de esta materia, que abarca cultura audiovisual pero también perspectiva de género, se propiciará la participación de estudiosos del campo de las Ciencias Sociales y Humanidades. En el TGF, se llevará a cabo un formato de congreso que servirá de encuentro para especialistas en áreas como Sociología y Antropología, Psicología, Filosofía o Historia

del Arte. Como hilo conductor, se usarán proyecciones de cine y ponencias, además de encuentros con figuras relevantes del mundo del espectáculo, que aportarán su visión sobre las influencias del Glam.

Previamente al desarrollo de la planificación, se ha considerado oportuno añadir al trabajo a modo de contextualización, una breve parte de investigación sobre el tema escogido dadas las diferentes dimensiones que lo abarcan.

Justificación del tema

La elección de este tema nace desde un interés personal por las formas culturales que derivan de la música popular urbana, en especial de la subcultura Glam del rock y su huella en las distintas formas de creación artística. El Glam (apócope de *glamour*) nace en 1971 y la estela de su impacto no se ha desvanecido desde ese entonces. Se trata de un modo de representación en el que el artista crea una identidad alternativa en el escenario. Ésta toma a menudo formas andróginas, extravagantes y decadentes —tres de los pilares del Glam—, y lo hace incorporando a menudo cierto carácter irónico (Singla, 2017). Esto último lo toma de la llamada “sensibilidad Camp”, tal como acuña Susan Sontag, en *Notas sobre Camp (Notes on Camp, 1964)*, donde se pone en tela de juicio la cuestión del estilo más allá de cuestiones de forma o contenido. En esta obra eleva de algún modo el nivel de recepción de las manifestaciones culturales masivas, proporcionando unas líneas que seguir para descodificarlas según esta la sensibilidad Camp. Dicho texto, oda al artificio y la teatralidad, ha sido llevado este año 2019 al entorno museístico gracias al Instituto de Indumentaria del Museo Metropolitano de Arte de Nueva York. La temática Camp, fue la escogida para su famosa gala anual, resurgiendo así el debate sobre esta estética (Ferrero, 2019).

El Camp y el Glam han influido de muchas maneras en la cultura audiovisual. Este trabajo, a modo ilustrativo, se ha centrado en la representación de estas características en tres películas musicales, aunque en modo alguno se trata de un trabajo sobre cine. Se ha escogido dicho género cinematográfico por su gusto teatral, llegando a representar en ocasiones de manera perfecta lo *Camp* en el cine. El propósito será encontrar esos elementos comunes que unen las películas. Elementos transgresores que

abarcan cuestiones principalmente de identidad de género, sexualidad e imagen personal.

Las actividades planificadas de este festival pivotarán en estas cuestiones de gran importancia para la sociedad. La sensibilidad *Camp* resurge en un momento de crisis de estos conceptos, lo que puede interpretarse como una reacción ante el conservadurismo extremo y el populismo de los que acaece la sociedad. Sobre esto, según el comisario de la exposición *Camp: Notes on Fashion*, Andrew Bolton: "Resulta una herramienta muy poderosa por su capacidad para transmitir ideas complejas sobre nuestra moral cultural de manera aparentemente sencilla" (Rodríguez, 2019). Es así como mediante la organización de este evento, se proporcionará un espacio para un debate interdisciplinar abierto, pero también otro lúdico de celebración del legado Glam.

Objetivos

El fin principal de esta investigación y proyecto de gestión cultural es organizar un festival comprenda las influencias del Glam rock y su legado. Para dotarlo de un marco teórico, se ha llevado a cabo una primera investigación que persigue los siguientes objetivos específicos:

1. Relacionar la sensibilidad *Camp* con la estética del Glam rock
2. Observar las características del Camp y Glam en algunos obras de cine musical
3. Ejemplificar la temática Glam a través de sus iconos musicales

Por otro lado, los objetivos de gestión cultural se centran en:

4. Demostrar de forma práctica los conocimientos adquiridos en el Máster en Teoría e Historia del Arte y Gestión Cultural
5. Crear un proyecto de gestión cultural que se desarrolle en un entorno diferente al del área metropolitana
6. Diseñar una iniciativa posible teniendo en cuenta las posibilidades de la Universidad y las demás partes implicadas

7. Afianzar las conexiones internacionales de la institución académica
8. Realizar un festival responsable con el medio ambiente

Metodología

En la organización de un festival los pasos seguidos han sido definidos en dos partes: una de investigación relacionada con la temática del festival, y otra que atiende las cuestiones de organización del propio festival. En la primera sección se han utilizado fuentes bibliográficas varias, el visionado de documentales y otros materiales audiovisuales para profundizar en el tema del festival y así poder confeccionar una programación adecuada. En la segunda, a partir de este acercamiento, se declaran unos objetivos que atiendan las necesidades académicas y lúdicas de un festival cultural.

Seguidamente, se ha presentado un informe que recoge los aspectos básicos a tener en cuenta, tales como la fecha, el lugar de celebración y el número de participantes. Además, se especifican los respectivos a la organización: el presupuesto, los comités, los invitados, patrocinadores, medios de divulgación, etc. También se incluirá los detalles de la celebración del mismo, con la configuración de un programa con horarios y actividades. Por último, se valorarán los resultados que aporte el festival para la Universidad, y el entorno en el que se lleve a cabo.

Asimismo, para aportar verosimilitud al proyecto, se añadirán las comunicaciones que se envíen a los participantes, así como el diseño del logo del Festival. Con el mismo propósito, aportaremos presupuestos reales y otros ficticios, basándonos en estimaciones y consultas por Internet, el contacto con empresas e información de otros festivales.

Estado de la cuestión

Tenerife Glam Festival no pretende ser un nuevo ciclo de cine temático, una de las actividades que lleva realizándose en la Universidad desde 2016 bajo la iniciativa

cultural del Aula de Cine. No obstante, sí se encuentra relacionado con formatos similares en los que dicha institución ha participado, como el *Festival de Cine Fantástico de Canarias*. Realizado en Multicines Tenerife, tal como indica su nombre, es un festival de cine en el que se usa el estilo charla-proyección, contando con invitados internacionales y concurso de cortometrajes. Esta es una iniciativa joven, con dos ediciones a sus espaldas —en noviembre de este año será la tercera—, que ha ido adquiriendo notoriedad en la agenda cultural de Santa Cruz de Tenerife. De igual manera, ocurre con otros festivales consolidados relacionados también con el cine, por ejemplo, el *Festival Internacional de Música de Cine de Tenerife (Fimucité)*. Por otra parte, cabe destacar la labor realizada en el *Tenerife Espacio de las Artes (TEA)*, cuyas proyecciones cuentan con asistentes regulares entre la comunidad universitaria debido a su apuesta por el cine alternativo y social. En cambio, en un formato más afín con el presente proyecto se halla *Santa Cruz Horror Fest*, un festival de arte macabro celebrado en la Casa de la Cultura de Santa Cruz de Tenerife que posee un variado programa de actividades, incluyendo exposiciones, conciertos, maquillaje FX, literatura, charlas, etc. (Canarias7, 2018) Como se puede apreciar, los anteriores eventos son acogidos dentro del área metropolitana, cuestión que cambia este proyecto.

A nivel internacional, se ha encontrado referencias de un festival de música suizo que también emplea el Glam rock, *Swiss Glam Rock Fest*. Este concierto acontece en Suiza desde 2018 de forma anual, en la que participan bandas de Glam rock, Hair Metal y Sleaze rock. Centrándonos en Canarias, existe un gran seguimiento de la cultura metal. Esto favorece una escena local que apuesta por la música en vivo, convirtiéndose en un atractivo clave para los seguidores de este género musical. Sin embargo, en la mayoría de las islas no hay implicación suficiente por parte de las instituciones para el fomento de la música popular urbana. Como prueba, el ambicioso concierto que nunca se llegó a materializar: *Rock Coast Festival* en el que se prometía la presencia de artistas de la talla de Iggy Pop o Marilyn Manson (EFE, 2012), curiosamente, mencionados en este trabajo como iconos Glam.

Siendo conscientes de estas ventajas e inconvenientes en el panorama actual, la naturaleza híbrida de este festival, así como su localización y atractivo programa, se espera que este proyecto suponga un modelo para ampliar la oferta de cultura y ocio de la Universidad, y también de la isla de Tenerife.

Parte I: Investigación sobre la temática

1.1 ¿Qué es exactamente el Glam rock?

Se puede decir que la definición de Glam rock es tan ambigua como su propia estética. En una primera aproximación podemos afirmar que el “Glam rock” o “Glitter rock”, según la fuente que consultemos (Morrison, 1981), es un modo de presentación teatral de la música pop y rock, nacida en los años 70 en Reino Unido. Su finalidad era servir de alternativa al hard rock y al rock progresivo, ambos provenientes de la década anterior y que se habían convertido en la corriente principal (*mainstream*) que marcaba el canon del rock. Debido a su naturaleza trasgresora, el Glam rock se convertiría en una de las influencias del posterior movimiento punk.

Aunque se le ha definido como movimiento o corriente musical, lo cierto es que el Glam rock no tiene un sonido homogéneo, pues abarca desde la música pop hasta el Heavy metal. En cambio, se identifica por dar gran valor a la presencia en el escenario, con la producción de grandes espectáculos con elementos transgresores o subversivos, a menudo de estética futurista (Reynolds, 2017). Es por esto, que en la estética de lo Glam, solo se sigue un lema: deslumbrar y provocar. Cada artista interpreta su personaje de manera distinta, todos ellos seduciendo al público mediante atuendos imposibles y actitudes desafiantes, buscando esa singularidad y efecto sorpresa. Es por esto que, pese a todo, no puede hablarse de que exista una tribu urbana asociada específicamente al Glam Rock. Asimismo, este estilo se extendía también a los fans. De esta forma, tanto espectadores como intérpretes se proveían de una identidad o máscara que apoya ese sentido artificial con el que el Glam entra en escena. Debido a esta naturaleza excesiva en la representación, podemos considerar un grandísimo abanico de artistas como Glam o que han tenido alguna época Glam al adoptar brevemente esta moda en sus actuaciones. Como consecuencia, muchos de estos rasgos definen a un grupo pop como ABBA, pero también a uno de Hard rock como Kiss, donde el maquillaje juega un papel fundamental en su puesta en escena.

Respecto a esto, la seña de identidad principal del Glam es el uso del maquillaje (que puede ser clásicamente femenino o bizarro y grotesco) y el travestismo por parte de los músicos de género masculino. Por ende, a principios de los 70 los precursores de

la estética, como David Bowie y Marc Bolan, empezaron a experimentar con la ambigüedad de género, usando un atuendo andrógino en sus actuaciones. En concreto, Bowie, supo establecer el estándar en cómo explotar eficientemente el valor de la imagen que proyectaba. La primera aparición de Bowie en el popular programa de televisión británico *Top of the Pops*, llevada a cabo en 1972 resultó determinante. En el momento que Bowie apuntó a la cámara en la BBC, interpelando a la audiencia en su traje inter espacial, el cantante se convirtió en la obsesión del público (Hepworth, 2016). Desde entonces, estableció el estándar en cómo explotar eficientemente el valor de la imagen que proyectaba. Su aspecto camaleónico funcionaba a la perfección, creando una identidad artística y musical inseparable que sobrepasaba a la del cantante de rock convencional. Es por esto que Bowie se convertiría en una inspiración, un icono popular que influenciaría a muchos músicos posteriores (Hispano, 2017).

Las bandas de Glam rock fueron especialmente exitosas en Reino Unido, por lo que podemos añadir a los anteriormente citados, grupos referenciales de esta estética como Roxy Music o T.Rex; y aquellos que la adoptaron de forma pasajera como Slade, Sweet o Gary Glitter. Sin embargo, en Estados Unidos el Glam no llegó a tener tanta notoriedad. Con un estilo premeditadamente vulgar, los estadounidenses New York Dolls, toman el camino más irreverente del proto punk, reinventando la imagen habitual del Glam. En este contexto del Nueva York de los años 70, es conveniente enfatizar la influencia de la Factory y Andy Warhol (Amiguet, 2017). Y del mismo modo, la impronta que dejaría la banda creada por este último, Velvet Underground, en la historia de la música alternativa. El polifacético Lou Reed, su cantante, lanzó una carrera en solitario que llevaría a la producción de un imprescindible álbum Glam, *Transformer (1972)*, que se coronaría como uno de los más influyentes de la historia del rock. De esta forma, los iconos musicales ya citados se comienzan a unir a mediados de los 70 a la tendencia estrellas del Hard rock, cuya estética se aleja más de lo femenino y se acerca a lo monstruoso. Kiss y Alice Cooper son ejemplos claros de ello.

En 1980, el Glam evolucionó al servicio de una larga lista de bandas de Heavy metal norteamericanas, que adaptaron el estilo a la época. Algunas de ellas fueron Bon Jovi, Mötley Crüe o Poison. Posteriormente al auge del Glam metal cabe destacar la figura de Marilyn Manson, que en los 90 se sirvió de una teatralización más siniestra para provocar controversia entre los sectores conservadores de la sociedad estadounidense.

El Glam, siempre fue, y sigue siendo la hermosa provocación de lo diferente, si usamos palabras de Baudelaire con referencia al dandismo (Baudelaire, 2012). Es inevitable hacer mención a la figura del Dandi del siglo XIX, puesto que guarda relación con la vocación excéntrica del Glam. La rebelión de los dandis, que, en palabras de Albert Camus, es una forma de disidencia, una no aceptación de la norma (Camus, 2016). La persona se funde con el personaje y se encuentra entre la sensualidad y la melancolía, proyectando una arrogancia que oculta la angustia de lo cotidiano.

El afán de singularidad, sin embargo, a menudo presenta unos límites claros. El dandi de antaño, en ocasiones, era capaz de las mayores extravagancias, pero nunca propuso un cambio de género. Aunque un aspecto extremadamente cuidado podía estar entre sus preferencias, vestirse de mujer no supondría sino una mascarada. Si algunos dandis mostraron simpatía por un ideal andrógino (aunque en absoluto es un rasgo frecuente) se puede interpretar como una referencia simbólica a la superación de las distinciones sexuales, como una alusión a la única luz de la belleza (Scaraffia, 2015).

Un paso más allá se encontraría el transformismo, expresión artística en el que una persona transforma su cuerpo, adoptando la estética, fisionomía, vestimenta y manerismos de una persona de un género distinto al sexo que le fue asignado al nacer, con la intención de entretener y entretenerse (ABC del arte drag y trans). A esto, acudirían muchos artistas debido a su poder de provocación y representación eminentemente Camp, algo de lo que se hablará más tarde.

Pero antes, debemos hacer unos pequeños apuntes sin los que es imposible explicar el porqué del surgimiento del Glam rock. En plena convulsión social y política en EEUU y Reino Unido, especialmente originados por el descontento de la guerra de Vietnam, los jóvenes estudiantes marchaban por sus derechos. Pero cuando el sueño Hippie se extinguió, solo quedó profunda decepción (Gonzalo, 2014). Es ahí, en ese periodo de antesala al claro y directo “No Future”, himno punk de los Sex Pistols con origen en la canción *God save the queen* (1977), cuando se convirtió en tendencia transgredir lo establecido, en la forma cargada de ironía que es el Glam. Abrazar lo prototípicamente femenino resultaba un signo de resistencia con mayor énfasis en Estados Unidos, un antídoto al militarismo identificado con el hombre. El glamour, lo “queer” y la ambigüedad eran celebrados por su “naturaleza abyecta en la sociedad americana” (Kelley, 2000). Prestando atención a estas líneas no es de extrañar que al

Glam rock se le haya considerado anecdótica y equivocadamente como *Gay rock* (Haro, 1975). Aunque el Glam copia elementos asociados con el mundo gay, principalmente el arte del transformismo, no se puede incluir de ningún modo al Glam rock en un contexto específicamente homosexual.

1.2 La nueva imagen de la rebeldía

En los 60 emergió un gran interés por socavar el discurso patriarcal y reimaginar la representación sexual de los cuerpos, masculino y femenino. Esto es algo que continuó durante los 70 como consecuencia de las políticas contraculturales, particularmente el feminismo (Zaplana, 2013). La creatividad queda esbozada entonces en el cuerpo del artista, con su consecuente desafío a las imágenes canónicas de lo masculino y femenino. En contraste con el prototipo masculino de los años 50, que invisibiliza la masculinidad asumiendo un solo rol, no hablando de ella (Cuenca, 2013 p 1-2), el Glam rock reconcilia el espíritu de rebelión con el que nace el rock and roll con la crítica hacia el modelo dominante de virilidad.

Si hay que buscar una fecha de comienzo del Glam rock, sería el 11 de marzo de 1971 (Sánchez, 2014), cuando la estilista de T. Rex probó algo nuevo en Marc Bolan: unos toques de purpurina en las mejillas que sería un gesto que marcaría un antes y un después en la historia de la música. De esta manera, Bolan se convirtió en el referente del que todos extraían sus influencias, pues T.Rex conserva la denominación de banda británica más influyente del Glam en Inglaterra (Allmusic). Abandonó su origen folk-rock psicodélico con el lanzamiento del álbum *Electric Warrior (1971)*, con el que se adentraron en el Glam, valiéndose de ritmos *boogie* y un curioso sentido de la moda. Sus movimientos en el escenario y sus letras provocativas como la del himno Glam *Get it on*, infundían un nuevo camino al que muchos artistas se unieron sin prejuicios.



Fotografía de Marc Bolan (Mick Rock, 1971)

Se creó entonces una escena Glam londinense en la que los grupos buscaban su propia identidad a través del vestuario. El éxito comercial en Reino Unido fue abrumador, los poderosos *hits* de bandas como Slade copaban el famoso programa de la televisión británica, “Top of The Pop’s” (Barton, 2017); donde semana tras semana Dave Hill, guitarrista, se esmeraba en mostrar cada vez un atuendo más bizarro.



Slade y su guitarrista Dave Hill caracterizado de “metal nun” (Hutchinson, 2017) (Autor desconocido, circa 1973)

Sin precepto obligado alguno, simplemente bajo una filosofía de “cuanto más recargado mejor”, el Glam rock de la primera mitad de los 70 evolucionaba en diferentes direcciones (Lapuente, 2012). En una corriente más artística y sofisticada, Roxy Music, de la mano de su cantante Brian Ferry, licenciado en Bellas Artes, deja una puesta en escena más refinada. Con sus indumentarias que gravitan entre el Teddy Boy de los 50-60 y la sofisticada alta costura de la época, influyen además con sus sonidos electrónicos al posterior *punk* y *new wave* británicos (Manrique, 2015).



Arriba: Paul Thompson, Bryan Ferry, Rik Kenton y Brian Eno; abajo: Andy MacKay y Phil Manzanera (Cooke, 1972).

Pero sin duda, el icono Glam que por su trayectoria se ha convertido en leyenda, es David Bowie. Si bien con Bolan empieza el Glam, Bowie sentencia su final con la muerte de su personaje extraterrestre, Ziggy Stardust. El artista llevó la caracterización a otro nivel, explotando todo el potencial teatral del Glam. En palabras del músico recogidas en el documental, “*David Bowie: Five Years*” (2013), en el escenario él se sentía más actor que estrella de rock y esto es algo que le persiguió durante toda su carrera, pues fraguó una relación amor-odio con los personajes que adoptaba, como el anterior Major Tom o el posterior The Thin White Duke. Estas entidades sirven de ejemplo material para evidenciar la separación interna entre la persona y el personaje. En efecto, la imagen de Ziggy Stardust es la personificación de todo un *outcast*: un ser ambiguo, raro y pálido que procede de otro planeta. De esta manera, el público joven encontró un nuevo ídolo con el que identificarse. También, por la misma razón aunque por motivos equívocos, se convirtió en icono gay para una minoría. Declarado bisexual, nunca se supo si su decisión de hacerlo público fue una cuestión de marketing o reivindicación, ni siquiera es seguro que lo fuese. Lo que si queda claro es que gracias a su carisma y ese halo de misterio que lo envolvía tanto dentro como fuera del escenario, se convirtió en más que una estrella efímera del rock, tal como lo ilustra su prolífica carrera. Como Ziggy disfrutó de una gira transgresora por Reino Unido, Estados Unidos y Japón en 1972, con un álbum conceptual llamado *The Rise and Fall of Ziggy Stardust and the Spiders from Mars* (1972), que se convertiría en esencial para la historia del Glam y del rock en general. Tras esto, el 3 de julio de 1973, Bowie anuncia en pleno concierto, que Ziggy no volverá, en un alarde dramático sin precedentes, quizás retirándose a tiempo antes de que la tendencia Glam pasase de moda.



David Bowie como Ziggy Stardust (Sukita, 1973)

El Glam nunca llegó a consolidarse en América y por eso, las manifestaciones de este subgénero fueron de carácter marginal. No obstante, David Bowie se conformó como una pieza clave para que este cruzase el Atlántico. Atrajo la atención del neoyorquino Lou Reed y produjo uno de los álbumes más exitosos del Glam en Estados Unidos: *Transformer* (1972). (Úbeda, 2013)

En el Nueva York de los años 70, vestirse de mujer era muy peligroso debido a la enorme persecución y penalización a los homosexuales y transexuales por parte de la policía. A la sociedad americana le costó asimilar —aún después de los estragos de Stonewall en el 69, revuelta que fue el germen del orgullo gay— la existencia de una comunidad que infringía las normas y que quisiera salir de las sombras. Trans, Drag Queens racializadas, negras e hispanas fueron el verdadero motor del cambio, en oposición a la revuelta masculina gay y blanca con la que se asocia el orgullo, según palabras de la investigadora en raza, género y sexualidades, Esther Mayoko Ortega (Borraz, 2018). Con este trasfondo, en el año 1971, New York Dolls daban un paso adelante enfundados en el drag más callejero, gamberro y punk.



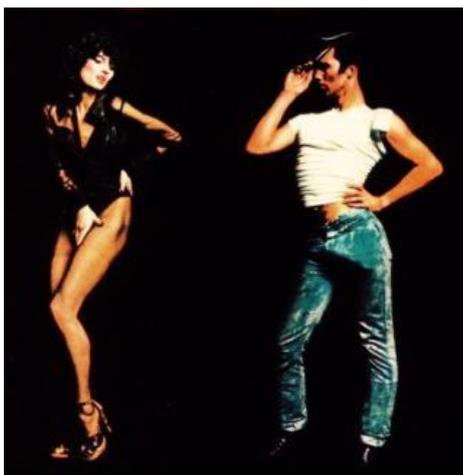
New York Dolls en Los Ángeles (Gruen, 1973)

Su intención no era premeditadamente reivindicativa, únicamente buscaban la provocación que suscitaba asaltar el armario de sus madres, salir a la calle y regocijarse con las reacciones de la gente. Algo que casi les cuesta la vida, según declaró Sylvain Sylvain, guitarra rítmica, para la revista *Vanity Fair* (Rodríguez, 2018).

En Estados Unidos el Glam toma un objetivo más escandalizador, por los hechos anteriormente expuestos. Hablamos de un país donde se había creado una brigada policial de la moral (*Moral brigade*) para contener cualquier manifestación *queer* (Borraz, 2018).

En ese momento, Lou Reed publica la archiconocida canción *Walk on the Wild Side* (1972). Esta narra historias de sexo y marginación inspiradas en los miembros de la Factory de Andy Warhol. Trans, Chaperos, Drags... los bajos fondos neoyorquinos custodiados por Warhol eran lo nuevo *cool*. Lou Reed y su álbum *Transformer* (1972) enlazan el Glam con el transformismo en una tesitura realista, sórdida y sexual.

En portada, el propio Lou Reed maquillado en una foto en blanco y negro, melancólica. En la contraportada dos personas posando en actitud sensual: un hombre y una mujer, y que en realidad son la misma persona (uno de los travestis de la canción antes mencionada) antes y después de transformarse. Para mayor ironía, se metió un plátano dentro de sus pantalones al fotografiarse como hombre.



Contraportada de *Transformer* (Stoecker, 1972)

La ambivalencia de la mujer transexual y del travesti es de la que se nutre la imaginería del mundo Glam y lo que la hace inseparable del mundo *queer*.

En definitiva, este recorrido pretendemos que haya servido a modo de ilustración del espíritu del Glam a través de sus iconos más relevantes y sus imágenes, aportaciones al mundo de la música y al mundo artístico visual. Por ello, resulta congruente el siguiente paso: destacar la sensibilidad Camp, ya que se corresponde a la esencia y razón de su estética.

1.3 La estética del Glam: sabes que es bueno cuando es espantoso

“Ser natural es una pose tan difícil de mantener”

Un marido ideal – Oscar Wilde

Si juntamos purpurina, plataformas, boas de marabú y otros accesorios extravagantes, actitud y presencia en el escenario, ambigüedad e ironía en la *performance*, indudablemente ese popurrí resulta en Glam rock, pero también en la estética Camp.

La estética Camp es por primera vez definida y acotada por Susan Sontag en sus *Notas sobre lo Camp* (1964), texto en el cual, ante la imposibilidad de describir una sensibilidad, como ella misma afirma, enumera una serie de ejemplos de lo que a su parecer es Camp. Desde una lámpara de Tiffany’s hasta las óperas de Bellini, la clave

para entender la estética camp reside no en la belleza, sino en el grado de artificio, de estilización de cualquier elemento. Es la veneración de lo exagerado, lo que posee una seriedad fallida y el privilegio del estilo sobre el contenido.

La teatralidad, lo llamativo en una manera glamurosa, es lo que identifica a lo Camp frente a cualquier otro estilo. Camp es la glorificación de un personaje plano, estático, sin la opción de profundizar en él para desarrollarlo. De este modo, se estaría corrompiendo dicha esencia.

Esto nos guía al escenario, y concretamente a la *performance*. El estilo Camp está asociado con un tipo de actuación en la cual el significado abierto de lo que se realiza es subvertido o invertido, siendo conscientes de que es una representación, una pantomima y, por lo tanto, una especie de mentira (Thomas, 1996). Así, el Drag es el ejemplo perfecto.

En la misma línea, lo andrógino es uno de los rasgos más distintivos de la sensibilidad Camp. Susan Sontag expone pues, una verdad poco reconocida sobre el gusto: que la forma más refinada de atractivo sexual (al igual que de placer sexual) consiste en ir contra la disposición natural del propio sexo. Es decir, lo más bello en un hombre viril es algo femenino, lo que es más bello en una mujer es algo masculino. De la misma manera, en comunión con la filosofía de amar lo “no natural”, es igualmente apreciada la hipperfemeninidad y la hipermasculinidad. En este último caso podemos hablar de los iconos del cine clásico como Jayne Mansfield o Steve Reeves (Sontag, 1964).

Frecuentemente se confunde lo Kitsch con lo Camp, si bien son esencias muy distintas, aunque estén relacionadas. Lo Kitsch es la estética de mal gusto, lo cursi o lo pasado de moda, algo que en el Camp no siempre es cierto. En tanto que, en su exuberancia, lo Camp no tiene por qué significar poca calidad, o feísmo. La diferencia entre una y otra reside, según Eve Sedgwick en que, aunque son ambos modos de consumo, el consumidor de Kitsch simplemente es eso, consumidor, mientras que el Camp demanda la participación de la audiencia, de descodificar de alguna manera las referencias (Sedgwick, 2007). En el Camp se confía en que la audiencia también tenga ese gusto o esa sensibilidad. Por lo tanto, “el Camp está literalmente, en los ojos del que mira”. (Malla & McGillis, 2005). Las *Notas sobre Camp* de Susan Sontag han sido la base para las nuevas reinterpretaciones del término, que, con los años, ha acabado

vinculándose una vez más a lo *queer* o “la estética homosexual”. Quizás por esa ambigüedad que evoca el Glam, a la que le acompañan nociones de fetichismo y voyerismo, muchos ven el Camp como una crítica oposicional de género y sexualidad (Butler, 2011).

No obstante, existe una categoría cinematográfica concreta que pone a funcionar todos los mecanismos del Camp: el musical. Los números musicales que se dan en estas películas son muestra de la teatralidad a la que nos referimos con la sensibilidad Camp, en especial los clásicos en los que la trama posee un dramatismo latente con connotaciones irónicas. Por lo tanto, prestando atención a esta peculiaridad del género, en la primera mitad de la década de los 70, conscientes del desgaste de los musicales de estudio, los directores de cine entran en conflicto con la exagerada alegría que estos exhibían. Es así como se produce una parodia del cine musical mediante la utilización de los temas concurrentes del crudo realismo del cine contemporáneo y la sátira.

Respecto a esto, el potencial crítico de la parodia resulta conveniente, pues aporta consciencia sobre los clichés y convenciones artísticas (Markus, 2011) que el Camp exagera y usa de referencia para su propósito estético. No obstante, la parodia es un mecanismo ambiguo en el cine, pues por definición se trata de una burla, sin embargo, se puede usar también para resaltar el aspecto dramático de una situación, por lo que el uso de ella no implica mofa sino casi una exaltación de lo irónico en lo terrible.

El efervescente estilo de los musicales clásicos se yuxtapone al depresivo realismo en musicales como *New York, New York* (1977) o *El Fantasma del Paraíso* (1974) (*Phantom of the Paradise*, 1974), ambos relacionados con el mundo del espectáculo. Sin embargo, mientras que en otros musicales anteriores como *Un Americano en París* (1951) se representan los números musicales como arrebatos espontáneos de sentimiento auténtico, los musicales irónicos de los setenta los relatan como un engaño (Berliner, 2017). Sin ir más lejos, la película dirigida por Brian de Palma, *El Fantasma del Paraíso*, resulta una adaptación entre la parodia y el homenaje psicodélico a una obra literaria clásica (adaptada al cine en varias ocasiones): *El Fantasma de la Ópera*. Los protagonistas son un magnate de la música sin escrúpulos y su contraparte, un compositor caído en desgracia. Se encuentran en una escenografía totalmente extravagante e intencionadamente Camp, que sirve para remarcar el mensaje

de la película: la industria musical es una mascarada codiciosa. Incluso cuentan con un ficticio cantante de Glam rock que cumple con todos los tópicos.

Gracias a la parodia del género que apelaba a esa sensibilidad Camp para conseguir su objetivo y el auge del Glam rock, vemos en muchas obras cinematográficas de los 70 esa influencia directa de la temática, tanto a nivel referencial como en estilo.

Asimismo, el uso de la figura Glam como protagonista principal será frecuente en los musicales posteriores, generando personajes que comparten características comunes y películas con argumentos similares. A continuación se analizarán los temas clave definatorios del Glam según Simon Reynolds: decadencia, androginia e imagen, *fandom*, celuloide y apocalipsis. **Las obras que se usaran para este propósito son las siguientes:**

The Rocky Horror Picture Show (1975)

Título original: *The Rocky Horror Picture Show* **Duración:** 100 min **Dirección:** Jim Sharman **Guion:** Jim Sharman y Richard O'Brien **Música:** Richard O'Brien **Fotografía:** Peter Suschitzky **Reparto:** Susan Sarandon, Tim Curry, Barry Bostwick, Richard O'Brien, Patricia Quinn, Nell Campbell, Jonathan Adams, Peter Hinwood, Meat Loaf, Charles Gray

Sinopsis:

Es un musical de culto, nacido en Broadway y llevado a la gran pantalla en 1975 que narra la historia de Brad y Janet, una pareja de prometidos que tras un contratiempo en un viaje por carretera, acaban en el castillo del doctor Frankfurter. Este peculiar personaje en medias de rejilla y corsé es el padre de la criatura Rocky, un nacimiento igualmente poco ortodoxo que presencian Brad y Janet, al tiempo que sucumben a las tentaciones sexuales del perverso doctor.

Velvet Goldmine (1998)

Título original: *Velvet Goldmine* **Duración:** 124 min **País:** Reino Unido/Estados Unidos **Dirección:** Todd Haynes **Guion:** James Lyons y Todd Haynes **Música:** Carter Burwell y Craig Wedren **Fotografía:** Maryse Albert **Reparto:** Ewan McGregor, Jonathan Rhys Meyers, Christian Bale, Toni Collette, Eddie Izzard, Emily Woof, Janet

McTeer

Sinopsis:

Arthur es un periodista al que se le encarga investigar la desaparición del icono de los años 70, Brian Slade, después de que fingiera su muerte durante el concierto final de su gira. Esto lleva a recomponer la historia de su ídolo mediante entrevistas con personajes relevantes de su vida, contando además con el hilo conductor de los recuerdos de adolescencia del protagonista, fan incondicional de Slade.

Hedwig and the Angry Inch (2001)

Título original: Hedwig and the Angry Inch **Duración:** 95 min **País:** Estados Unidos
Dirección: John Cameron Mitchell **Guion:** John Cameron Mitchell **Música:** Stephen Trask **Fotografía:** Frank DeMarco **Reparto:** John Cameron Mitchell, Andrea Martin, Michael Pitt, Alberta Watson

Sinopsis:

Hansel es un transexual de la comunista Alemania del Este que consigue escapar a Estados Unidos y formar un grupo de rock. Para ello, se casa con un soldado americano y se somete a una operación de cambio de sexo que resulta ser un desastre. Hansel termina con una pulgada de carne que sería “the angry inch”, nombre del grupo que montaría posteriormente en Estados Unidos. Allí se enamora de un joven que quiere ser una estrella de rock, tras el abandono de su marido, y Hedwig (nombre que toma de su madre), lo instruye en ello. Sin embargo, renuncia a ella al alcanzar el estrellato y Hedwig se obsesiona con seguir a su ex amante e intentar boicotearlo.

1.3.1 Decadencia: identidad de género y revolución sexual

La revolución sexual de los 70 es recogida de diferentes maneras, en la película *Velvet Goldmine (1998)* el Glam se trata desde un primer momento como un fenómeno juvenil con escenas en las que alborotadores jóvenes vestidos de forma extravagante con plataformas y maquillaje, protagonizan una nueva revolución sexual en el Londres de la época. A través del personaje de Arthur, uno de sus protagonistas, la película presenta cómo surge la escena Glam, donde para “ser alguien” se debía frecuentar los clubes de moda e imitar la pompa y excesos de sus ídolos del rock.

Por otro lado, esta subversión se hace efectiva con la ayuda de *Rocky Horror Picture Show* (1975). Los inocentes protagonistas, Brad y Janet son el ejemplar modélico de pareja del medio oeste americano que se muestra horrorizada ante la vida promiscua que se da dentro del castillo. La tentación a la que se ven sometidos, resulta cómica enfocándose en el aspecto de la salvaguarda de la virginidad que queda expresado como el único compromiso entre Brad y Janet.

También destaca la veneración y al tiempo cierta cosificación del cuerpo masculino. El doctor tiene fijación por los cuerpos musculados, siendo su prototipo de referencia Charles Atlas, precursor de la halterofilia durante los años 20 y 30. El objetivo de Frankfurter es dar vida a una criatura de estas características, aparte de rubio y bronceado para “aliviar sus tensiones”. De la misma forma al nacer, cual mascota, Rocky recibe sus accesorios: pesas y un potro de gimnasia.

Del mismo modo, en *Hedwig and the Angry Inch* (2001) siempre se usa la ironía como la mejor arma ante un argumento dramático. En la composición de estas películas se recurre al Glam rock como instrumento de reivindicación de los cuerpos. Además, el personaje protagonista de esta última obra es transexual. Al principio de este trabajo, se mencionaba que la relación entre Glam rock y colectivos no normativos LGBTIQ+ no era casualidad, y es que, el Glam rock es un método de reclamación para el cambio en el orden de la sociedad y su liberación sexual. Es por esto que muchos iconos Glam son referentes para la comunidad gay.

1.3.2 Androginia e imagen

Una de las manifestaciones que enlazan la comunidad gay con el Glam es el arte del transformismo o Drag. El Drag usa el poder del maquillaje y vestuario para crear una identidad escénica que transgrede las expectativas de género, resaltando la naturaleza performativa de ambos, género y sexualidad (Kahn et al. 2013; Muñoz 1999). En el mundo del Glam, ese personaje Drag es una estrella del rock. Lo podemos visualizar en la película *Velvet Goldmine*, donde el personaje Brian Slade crea un alter Ego llamado Maxwell Demon, que supone según términos recogidos anteriormente “su” Drag.

Por otra parte, el Glam también se puede encontrar en la figura del travesti y del transexual. Cargando con connotaciones más fetichistas, el travesti se viste del sexo

opuesto simplemente por placer. Esto se hace explícito en el atuendo con influencias BDSM del doctor Frankfurter de *Rocky Horror Picture Show*: medias de rejilla, corsé, tacones altos y chaquetas de cuero son los elementos indispensables en el vestuario de la película. Aunque para algunos el travestismo en *Rocky Horror* resulta misógino y transfóbico (Kinsinger, 2017) porque perpetúa estereotipos de género, lo cierto es que dicho vestuario contribuye de forma definitiva al imaginario del mundo utópico al que pertenecen los personajes de la película.

Finalmente, para hablar de transexualidad se ha escogido a la protagonista de la película *Hedwig and the Angry Inch*. La imagen externa en esta ocasión, se configura de una manera dispareja al competir con la realización y el bienestar personal de un individuo cuya identidad de género no corresponde con su sexo asignado. En el caso de Hedwig, es víctima de una fallida operación de transición que deja sus genitales deformados. Para ella, ponerse maquillaje y una peluca, le da la confianza suficiente para salir a la calle como esa persona “en medio de dos sexos” que se ha convertido. De este modo, en su faceta como líder de una banda de rock y seguidora confesa de Bowie e Iggy Pop, la imitación de la estética de estos artistas se hace palpable a través de su singular puesta en escena.

1.3.3 Celuloide: música y teatralidad

El componente de teatralidad está captado en la definición del término “Glam”. Para esta tendencia se vuelve una necesidad lo excesivo y llamativo. Así lo es, por ejemplo, la primera aparición en escena del doctor Frankfurter, envuelto en una capa y siguiendo el ritmo de *Sweet Transvestite* con unas plataformas de purpurina. Sobre esto, *The Rocky Horror Picture Show*, hereda, al igual que *Hedwig and the Angry Inch*, su sentido escénico del teatro musical. Ambas producciones teatrales poseen temas originales que han sido adaptadas al cine de forma exitosa. Sin importar el estilo de música, la *performance* cae siempre entre el drama y lo cómico. Las salas vacías y actuaciones en restaurantes familiares, donde claramente desentona una banda del corte de *Hedwig and the Angry Inch*, hace que cobre vida esa ironía, reforzado por el sentido de humor pícaro de Hedwig, que recuerda al del doctor Frankfurter, otorgándole a cada chiste un doble sentido. La película gira alrededor de Hedwig, que cuenta su historia salpicada de números musicales cuyas letras y actuaciones ilustran las emociones sentidas en cada parte de su vida. En su infancia, escucha a los “Crypto-

homo rockers”, refiriéndose a Iggy Pop, Lou Reed y Bowie. Menciona, incluso, a la canción *Walk on the Wild Side*, de Lou Reed que habla sobre como “él se convirtió en ella”. En contrapunto, *Rocky Horror Picture Show* dispone de una banda sonora que contiene canciones sencillas y pegadizas, incluso bailables, que le dan a la película un tono de fingida levedad e inocencia.

A diferencia de las producciones mencionadas, *Velvet Goldmine* no pretende trasladar un espíritu de dramática comedia irónica, sino contar una historia trágica basándose en un repertorio Glam que incluye temase de T. Rex, Lou Reed o Roxy Music. Estas son interpretadas por dos grupos creados exclusivamente para la película como Wylde Razz, versionando a The Stooges, y The Venus in Furs. No obstante, cuenta también con canciones originales que imitan el estilo de David Bowie en cuya composición participaron figuras de renombre en la música alternativa de la época. *Velvet Goldmine* finaliza con un concierto homenaje al Glam, que ha muerto con la desaparición física de Slade, pero que pervive en la memoria de los que escuchan sus canciones en la radio o por medio de otros artistas que continúan su legado. En esta fiesta de la muerte del Glam, se percibe la influencia de *The Rocky Horror Picture Show*, pues se celebra con lentejuelas y purpurina una escena de película de terror, con el oficiante de la ceremonia saliendo de un ataúd (Barba, 2003). De la misma forma, los maquillajes siniestros de los participantes son un adelanto de lo que empezaría a ser tendencia en la música momentos después.

1.3.4 Apocalipsis: Elemento extraterrestre y misticismo

La alusión a lo esotérico o alienígena es algo que se mantiene en las tres películas que se seleccionan en este proyecto. Las tres otorgan a sus protagonistas *outsiders* un estatus de divinas criaturas.

En *Velvet Goldmine* se le concede a Oscar Wilde ser la figura que enlaza con todos los personajes principales mediante su gema, que en la narración llegan a poseer los personajes. Con ello, se sugiere que existen elementos comunes de conexión entre estas “almas” traspasando el espacio y el tiempo, insinuando que, de haber nacido en la época correcta, el escritor sería una estrella del rock. Igualmente se hace referencia directa a las figuras de Dandi y Estetas como origen de la extravagante actitud de Slade.

Arrogante y ególatra, este soporta la carga de su personaje, lo que lo define como mártir del mundo del espectáculo y le atribuye el misticismo de las leyendas de la música. Se resalta así la idea de que solo unos pocos son los elegidos, que están conectados con alguna inteligencia superior que los hace ser únicos.

En *The Rocky Horror Picture Show* esa unicidad se traduce en la condición de alienígenas de los habitantes del castillo. El lugar, que es una nave procedente del planeta Transexual en la galaxia de Transilvania, refuerza la separación de dos realidades distintas: el interior y exterior del mismo. La coexistencia de esos dos mundos no se puede mezclar, tal como lo justifica el final de la película con la desaparición del castillo de la faz de la tierra. El doctor Frankenfurter es destruido junto a su criatura tras la rebelión de su tripulación por no estar de acuerdo con su promiscuo estilo de vida, “demasiado extremo”. La cita al espacio exterior y a la cosmogonía en *Hedwig and the Angry Inch* se hace por medio de la canción *The Origin of Love*, con la que se cuenta la historia mitológica del origen del ser humano en el universo: los dioses crearon a los hombres, las mujeres, y esas personas que tienen parte de mujer y parte de hombre, pero debido a una maldición, esas mitades se separaron, dejando a las personas incompletas, buscando su otra mitad. En la película, Hedwig busca esa otra parte, sin saber que la compone ella misma, cerrándose el círculo de insatisfacción en el que se ve envuelta durante toda la trama.

1.3.5 Fandom: seguidores y estatus de película de culto

El *fandom* es una expresión inglesa utilizada para denominar a un conjunto de personas apasionadas de un tema, persona o fenómeno particular. Proveniente de la contracción de las palabras *fan* y *kingdom*, lo que se traduciría como “reino fan”. Igual que el Glam rock y sus artistas poseen un *fandom*, las películas seleccionadas han generado un fenómeno fan tras ellas. Es así como, repleta de significados ocultos y simbolismos, *The Rocky Horror Picture Show* ha sido analizada desde diferentes perspectivas, gozando de estatus de película de culto y generando toda una literatura alrededor de ella. Parte de esa curiosidad radica en el fenómeno social que generó (Kinkade & Katovich, 1992), con una audiencia participativa que coreaba las canciones y se disfrazaba como los personajes, algo que ha perdurado hasta la actualidad. En lo que respecta a *Hedwig and the angry inch*, es un musical galardonado con múltiples premios de teatro musical y cine, entre ellos, destacan el Premio del público y Mejor

director, recibidos en 2001 en el Festival de Cine de Sundance. Desde entonces Hedwig se ha convertido en heroína de película de culto, un estatus que comparte con el doctor Frankfurter. Más allá de los reconocimientos por parte de la audiencia, el legado en sí mismo, es un aspecto que se trata dentro de la narración. En *Hedwig and the Angry Inch*, se demuestra en la influencia de los artistas Glam en la infancia de la protagonista y seguidamente, cuando bautiza a su joven discípulo, Tommy Gnosis, trazándole una cruz de sombra de ojos plateada en la frente. Esta acción simbólica apela al legado místico de la estrella del rock, que pasa el testigo de generación a generación. Algo parecido ocurre también, en *Velvet Goldmine* que resulta una obra clave si queremos entender el estrellato, la decadencia y el resurgir de un ídolo. En este caso, con la pervivencia del legado de Slade gracias a sus fans después de muerto. Por esto, aunque la película en estilo no sea premeditadamente Camp o irónica, como ocurre en las otras dos obras seleccionadas, plasma a través de la narración un lado más personal del Glam, centrándose en lo emocional y espiritual.

1.4 Conclusiones del apartado teórico

De nuestras lecturas se concluye que el Glam y su estilo Camp son fuente de influencias que se desarrollan en el entorno audiovisual, en especial a través del cine y la música, donde se expone toda su teatralidad. Además, especialmente en el cine musical, se han encontrado factores definitorios del Glam como elementos comunes en tres películas seleccionadas. Estos elementos son los que servirán para fundamentar el programa que se va a presentar en la segunda parte de este trabajo.

Parte II: Proyecto de gestión

2.1 Introducción a la parte de gestión

La parte de gestión del presente proyecto tiene la vocación de la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos en el Máster en Teoría e Historia del Arte y Gestión Cultural. Se ha elegido la figura del festival cultural, de definición amplia según el manual Tipología y modelos de gestión de festivales (Bonet, 2011) para elaborar el Tenerife Glam Festival puesto que las actividades a realizar en el mismo poseen una naturaleza variada. el TGF, se desarrolla en torno a un congreso académico, por lo tanto en la exposición del proyecto nos referiremos a él de forma indistinta festival o congreso. La decisión de mantener la denominación de festival obedece a cuestiones de marketing, pero también prácticas, por su utilidad en cuanto a la forma de hacer referencia al programa completo, tanto lúdico como académico que se detallará en el apartado oportuno.

El festival es una iniciativa propuesta a la Universidad de La Laguna, a realizar en el entorno de Puerto de la Cruz, cumpliendo con uno de los objetivos de gestión. Siguiendo estas metas recogidas al principio del trabajo, el diseño del TGF será elaborado ciñéndose a las posibilidades de financiación tanto de la Universidad como de los patrocinadores implicados. Además, se tendrá en cuenta la responsabilidad de la huella ecológica y social que el festival efectúe en el entorno, por lo tanto, este es uno de los objetivos del evento en lo referente a imagen de marca.

La gestión de un evento comienza con la preparación de los aspectos definitorios básicos del mismo, para luego redactar una planificación teniéndolos en cuenta como base. En esta planificación se tendrá en cuenta aspectos clave como el presupuesto preliminar, un acercamiento al posible monto final del festival. Tras esto, se definirá paso por paso la puesta en marcha del festival desde el periodo prefestival hasta el posterior a su finalización. En el resultado final se extraerán las conclusiones en lo que respecta a las valoraciones por parte del comité y de los asistentes mediante la encuesta de satisfacción. Finalmente, se postularán unas conclusiones finales acerca del evento en sí y del trabajo en general incluyendo la parte de investigación.

2.2 Aspectos definitivos del evento

El primer paso sería acudir con este proyecto al Vicerrectorado de Investigación, al Vicerrectorado de Relaciones con la Sociedad y al Vicerrectorado de Internacionalización. Se aportará un dossier con los aspectos básicos del evento. Este documento recogerá fecha y lugares en los que se pretende celebrar el festival, participación esperada, comité organizador, presupuesto y tipología de actividades a desarrollar.

2.2.1 Fecha del Evento

Tradicionalmente la agenda cultural inaugura un nuevo curso a partir de septiembre-octubre, con el objetivo de hacerse un hueco en esta y ofrecerles tiempo suficiente a los participantes del festival para inscribirse a las actividades, proponemos la fecha del 9 al 11 de octubre de 2020. De esta manera, el curso universitario habrá recién comenzado y alumnos y ponentes en el festival tendrán menos carga lectiva en sus respectivos puestos. Además, será atractivo para aquellos que se desplacen de la península, ya que el festival coincidirá con el puente del día de la Hispanidad (12 de octubre), permitiéndoles hacer turismo por la isla. Respecto al plazo que incumbe a la organización, será de un año a partir de la exposición de este documento, ya que su planificación así lo requiere.

2.2.2 Lugar

En este proyecto se cambia la ubicación, trasladando el festival fuera del complejo universitario y de la zona metropolitana Santa Cruz-La Laguna, emplazándolo en el municipio de Puerto de la Cruz.

Existen varias razones por las que esto se ha estimado necesario para el buen funcionamiento del festival:

En primer lugar, este municipio costero se ha consolidado como una Ciudad Turística, pero también cultural desde el siglo XVI. Su prestigio emergió de su labor dentro del comercio marítimo con los países europeos, y más tarde, este se vio acrecentado por la influencia de ingleses y alemanes, que han dejado su impronta cosmopolita en la cultura portuense. Puerto de la Cruz, a pesar de estar alejado de los núcleos culturales de la Zona Metropolitana, ha conseguido formar parte de la oferta cultural de la isla. Entre los diferentes atractivos de los que dispone, cabe resaltar las salas de exposiciones que funcionan eficientemente con artistas locales e internacionales: la Sala Fleming, el espacio cultural La Ranilla o el Museo de Arte Contemporáneo Eduardo Westerdahl. Siendo el municipio más pequeño de canarias con 8,73 km² de extensión, su apuesta por la cultura siempre tiene una proyección internacional, contando con festivales que giran alrededor del arte y música alternativa urbana como el Phe Festival, al que acudieron en esta cuarta edición más de 10.000 personas (www.phefestival.com).

En segundo lugar, con el objeto de aportarle atractivo y novedad al festival, ofreciéndole una localización ajena al ámbito universitario. Quizás este sea uno de los factores más llamativos de la celebración del Tenerife Glam Festival, y por ese preciso motivo se ha seleccionado. La iniciativa de desarrollar actividades en otros lugares de la isla ampliaría el prestigio de la Universidad de La Laguna.

Finalmente, el municipio cuenta con una oferta extensa de alojamiento, hostelería y ocio configurando un entorno dinámico que responde a las necesidades de este tipo de evento. Por ello, se considera adecuado para la gestión del festival las instalaciones del teatro Timanfaya, Pequeño Buda Pop Rock y New Mansion. A continuación se detallarán el porqué de estas elecciones:

Teatro Timanfaya

La institución, inaugurada en 2011, es un teatro que posee 200 butacas y cuya gestión particular, se vio insostenible provocando que 2017 cerrase. Aunque ese parecía el fin de toda actividad de esta índole en Puerto de la Cruz, dejando aún más pobre la oferta cultural del norte de la isla, en 2018 se abrió de nuevo con una agenda más orientada al turista, con espectáculos de baile flamenco y canto, pero que también acoge eventos de diferente índole, incluyendo proyecciones de documentales y conciertos. Se estima que acoger este festival supondrá una herramienta de promoción para dar a

conocer la reapertura de esta sala entre el público joven universitario. Como consecuencia, esto derivará en una programación ajustada a las necesidades de este público y, además, una estrecha colaboración con la Universidad en futuras acciones.

Pequeño Buda Pop Rock

Este bar con terraza al aire libre, también situado en el centro del Puerto de la Cruz, cuenta con las características que se buscan para el concierto que se pretende efectuar. Sus reducidas dimensiones, el servicio hostelero, su decoración exótica, las adecuadas condiciones meteorológicas del municipio y la música en vivo, harían favorable un ambiente sociable e íntimo entre los seguidores del Glam.

New Mansion

Es una discoteca adaptada en el interior de una casa canaria. Así, el patio es la zona principal donde se halla la barra y el escenario; y la zona para el público, son los balcones que lo rodean. Se ha escogido este local debido a los recursos convenientes de los que está dotado, y a su vez, por la ventaja de ofrecerle a los espectadores distintos puestos para seguir el espectáculo, ya que el escenario es visible desde cualquier rincón.

2.2.3 Previsión de participantes

Se parte de que en la sala Timanfaya se cuenta con un aforo de 200 butacas, prevemos que los oyentes no sobrepasen esa cantidad. Por otro lado, se disponen de 20 plazas de comunicaciones que se esperan cubrir dado que no es frecuente un festival sobre esta temática.

Tenerife Glam Festival contará con dieciséis congresistas que son académicos, doctorandos o expertos en el tema. Además de cuatro invitados que realizarán ponencias.

En lo que respecta a los oyentes, podrán asistir 200 personas previa matriculación gratuita. Asimismo, con el fin de implicar a los estudiantes de la Universidad de La Laguna se les recompensará a los alumnos con créditos. Se solicitará su colaboración en aspectos de la decoración del escenario principal, así como lo pertinente a la traducción simultánea de inglés-español y viceversa, cuyo requisito es presentar la certificación de inglés igual o superior a C1.

2.2.4 Comité Organizador

El comité organizador es el órgano gestor del congreso y debe estar conformado por miembros de la institución planificadora del evento (De la Serna y Escudero, 2017). Por ello, serán designados aquellos pertenecientes al Departamento de Historia del Arte y Filosofía, ya que este es el área de conocimiento principal implicado en la temática del TGF. De esta manera el listado de posibles nombres y roles dentro del comité es el siguiente:

Presidente: Carlos Javier Castro Brunetto

Vicepresidente: María Elena Garcés Suárez

Secretario: Pompeyo Pérez Díaz

Tesorera: Yolanda Peralta Sierra

Vocales: Gonzalo Moisés Pavés Borges, Carmelo Vega de la Rosa, Noemi Cinelli , Alicia Hernández Vicente y Domingo Sola Antequera

2.2.5 Tipologías de actividades a desarrollar

El Tenerife Glam Festival como se ha señalado anteriormente, es un festival cuyo eje es el congreso académico. Sin embargo, para el propósito del congreso, tratándose de temas audiovisuales, se ha estimado adecuada la incorporación del formato cine forum y charlas de cine que servirán de hilo conductor a las ponencias individuales y mesas redondas. Igualmente importante para este fin, es la parte social y lúdica que en este festival tiene más peso, pues se tratará la *performance* en sus facetas de identidad de género, musical y cine. A continuación se describen los detalles de cada una de estas actividades que se llevará a cabo:

- Ponencias magistrales

En el formato de ponencia, se contará con la participación de Jaime Gonzalo y Esther Zaplana. El primero, consagrado periodista musical , la segunda doctorada,

analista cultural interesada en representaciones fílmicas y literarias de género así como cuestiones estéticas en la interpretación musical. Ambos aportarán una mirada crítica

- Debate con Dave Hill y Luke Spiller: “El pasado y el presente del Glam rock”

Se ha querido juntar a estos dos figuras Glam debido a las diferentes épocas a las que pertenecen. Por un lado, Dave Hill, fue guitarrista de la banda británica Slade que alcanzó la fama en la década de los setenta. Por otro, Luke Spiller, actual líder y cantante de la banda The Struts, formada en 2010 y en la punta de mira de la música Glam presente. Se estima que sería una actividad atractiva, pues ofrecería una perspectiva intergeneracional de la tendencia. Asimismo, Luke Spiller serviría como personaje activo del Glam rock.

- Proyección + Charla

Este formato cine fórum se ha escogido por ser una actividad dinámica que incumbe al público y a los invitados. Con esto, y en lo que atañe a la parte académica, se pretende que los estudiosos y estudiosas comenten la proyección exponiendo sus conocimientos relativos al campo audiovisual y, a su vez, que haya una interacción fluida y entretenida con los asistentes. Por lo tanto, habrá un turno de intervenciones una vez concluido el discurso del experto o de la experta. Además, se dispondrá de traductores simultáneos —español-inglés y viceversa en caso de necesitarlos— pertenecientes al alumnado de la Universidad de La Laguna. Finalmente, las películas que se quieren proyectar bajo esta estética son *Velvet Goldmine* y *Hedwig and the Angry Inch*.

- Concierto Glam rock en el Pequeño Buda Pub Rock (Glam Jam)

Este espectáculo se ha pensado con la finalidad de atraer y acoger a los seguidores del Glam rock y las bandas locales que quieran participar. La Glam Jam consistirá en un concurso en directo de bandas interpretando sus versiones de clásicos del Glam rock. El premio se otorgará en relación a la cantidad de aplausos que reciban, el cual se dirá más adelante.

- Show Drag en discoteca New Mansion

Este acto ha sido escogido con la tentativa de cerrar el segundo día del Tenerife Glam Festival. Después de haber tratado la temática drag durante el día, se celebrará un

show de drag queens residentes en la isla. El objeto sería reunir a los seguidores del mundo del transformismo y ofrecerles de manera gratuita una noche de espectáculo.

- Proyección *Tommy* y *El Fantasma del Paraíso*

Se realizará la visualización de estas dos películas propias de la tendencia Glam. A través de esta actividad se espera enriquecer la identidad del Tenerife Glam Festival, promulgando la reproducción de clásicos del cine en la actualidad.

- *Midnight movie: Rocky Horror Picture Show. Sing Along*

Esta obra se proyectará a medianoche en conmemoración al horario en el que se reproducía cuando dio el salto a la gran pantalla. Asimismo, se concluirá con un *sing along*, costumbre de los fanáticos de Rocky Horror Picture Show a nivel internacional. Se contará con unos presentadores que irán disfrazados de los personajes y animarán la participación de los espectadores.

2.2.6 Presupuesto preliminar

Como se verá a continuación, este punto reunirá lo preciso al posible presupuesto del evento. Se trata de la pieza conductora de toda celebración, ya que sin aportaciones económicas no se podría realizar. Asimismo, los precios que se han colocado son meramente estimaciones consultadas previamente. De este modo, se partirá de un presupuesto de 11.000 euros otorgados por la Universidad de La Laguna, que se les devolverá una vez concluido el evento gracias a los pagos de las matrículas para la parte congresal del TGF. Teniendo en cuenta esto y las aportaciones de los patrocinios, se ha elaborado el siguiente presupuesto preliminar:

Tabla 1

Concepto	Gastos	Ingresos
Anticipo ULL		10000
Matrícula		11000
Devolución a ULL	11000	

Tabla 2

Conceptos	Gastos	Ingresos
Invitados		
Vuelos	2300	
Alojamiento	0	
Desplazamientos	90	
Gastos de representación	900	
Presentes	90	
Honorarios de los ponentes	1800	
Publicidad		
Imagen del festival	0	
Sitio Web	0	
Material (carpetas, libretas, bolígrafos y pegatinas)	300	
Tarjetas de acreditación	70	
Otros		
Equipo técnico	0	
Drag Queens	800	
<i>Sing Along</i>	1500	
Decoración	1000	
<i>Catering</i>	940	
Azafatos/as	1185	
TOTAL	10975	

Tabla 3

Patrocinios	Gastos	Ingresos
Alquiler Teatro Timanfaya	0	
Concierto Pequeño Buda Pub Rock	0	
Alquiler La Mansión	0	
Premio Glam Jam	0	
Cartelería	0	
Alojamiento Hotel RIU Garoe	0	
Agua Fonteide	0	
TOTAL	0	

En lo que se refiere a la parte congresual del Tenerife Glam Festival, las matrículas para acudir al evento se publicarán en la página web y en las redes sociales ocho meses antes de la celebración del proyecto. Hay que tener en cuenta pues, que contamos con un aforo de 200 personas. En relación a este dato, se ha programado cuatro mesas de comunicaciones de cuatro personas cada una, de modo que se necesitarán 16 congresistas. Las temáticas que se van a tratar en estas están detalladas más adelante. Por lo tanto, los precios que se han pensado quedarían de esta manera: 150 euros para los participantes con comunicación, 110 para los doctorandos y 55 para los oyentes. Dado que el festival cuenta con un número reducido de congresistas, se considera por parte del comité organizador que el pago de las matrículas ayudará a la sostenibilidad del evento. Además, se ha tenido en cuenta un margen de aforo en las matrículas expedidas, las 24 personas restantes pertenecerían al comité organizador y demás personal. Asimismo, es preciso decir que todos estos datos solo tienen carácter orientativo. A continuación se mostrará una tabla realizada con los números de matriculados del Tenerife Glam Festival:

Tabla 4

Tipo de matrícula	Precio de matrícula (€)	Nº Matriculados	Total (€)
Con Comunicación	150	11	1650
Con Comunicación (Doctorandos)	110	5	550
Oyentes	55	160	8800
	TOTAL INGRESOS		11000

Detalles tabla 1

Para llevar a cabo el Tenerife Glam Festival, se contará con el apoyo económico de la Universidad de La Laguna, a la que, basándonos en el presupuesto final, pediremos una cantidad de 11.000€ para solventar los gastos. Este dinero será recuperado gracias a las matrículas de la parte congresual.

Detalles tabla 2

- Los **vuelos** que se han seleccionado para los invitados se han buscado en la página web de Iberia, dos de ellos tendrán origen en el aeropuerto de Londres, Gatwick y otros dos en Madrid, Adolfo Suárez. Además el precio incluye una maleta.
- El **alojamiento** supone un coste cero pues se conseguirá a través del patrocinio del hotel RIU Garoé.
- En cuanto a los **desplazamientos**, el coste final se ha obtenido mediante la suma del precio medio de carrera en Taxi del aeropuerto Tenerife Norte a Puerto de la Cruz y de los desplazamientos más cortos del hotel al teatro y alrededores.
- En **gastos de representación**, se incluyen almuerzos y cenas de los invitados. El gasto total en este concepto ha sido calculado tomando como referencia el precio por menú en el restaurante La Cofradía, uno de los mejores valorados en Puerto de la Cruz.
- Refiriéndonos a los **presentes**, estos serán una bolsa de tela con el logotipo impreso del festival y una caja de bombones artesanales con mensaje personalizado. Se ha elegido el primer obsequio por ser una opción ecológica, ya que es un objeto reutilizable y útil, además de portar el recuerdo del festival. Estas bolsas serán contempladas como material de promoción y por lo tanto entrarán dentro del patrocinio de La Cueva Gráfica. El segundo regalo será adquirido en la pastelería el Aderno, una de las más longevas y populares de la isla de Tenerife.
- La cifra de **honorarios** se reparte en función de estimaciones encontradas en internet sobre lo que cuesta un ponente para un evento. De esta manera, se pagarán unos honorarios mayores a los músicos pues así lo exige su caché, que en este caso supondría 1.200 €. En cuanto a los dos investigadores se ha considerado que una cantidad de 600€ es la pertinente.
- La **imagen del festival** y el **sitio web** supondría un coste cero ya que se acudiría a la Universidad para las cuestiones de diseño y adquirir un dominio para la página web.

- Para el **material** del congreso se ha contactado con la empresa canaria online de material promocional ecológico Below (Below.es), su presupuesto contempla bolígrafos de cartón, libretas de papel reciclado y otros materiales, todos ellos estampados con el logo del festival.
- Las **Tarjetas de acreditación** han sido pedidas en presupuesto a la tienda online Disarte (disarte.com). Se ha contemplado una calidad media acorde con el presupuesto.
- En cuanto al **equipo técnico**, se considera incluido dentro del alquiler del teatro Timanfaya que será proporcionado por el ayuntamiento. El equipo de New Mansion y del Pequeño Buda, también se considera de la misma forma incluido en el patrocinio.
- La contratación de dos Drag Queen se realizará por internet a través de La Factoría del Show, según presupuesto pedido a la empresa, los honorarios por persona serían de 400€.
- La actividad de **sing along** será llevada a cabo por una empresa especialista en este tipo de espectáculo, algo que se detallará más adelante. Después de haber contactado con ellos por correo electrónico, no pudiendo dar estos una cifra exacta, las aproximaciones encontradas en internet revelarían un monto de 1.500€ por sesión.
- **Decoración** es un concepto que tendrá un presupuesto de 1.000 euros que se emplearán en aquellos productos que no puedan ser reciclados en la elaboración del decorado del escenario, como puede ser la pintura. Respecto a esto, en el punto 3.7 se ampliará la información en referencia a la participación de los alumnos de la Universidad en este proyecto.
- Teniendo en cuenta el número de participantes, el **catering** por persona, según la empresa *Catering La Mano Buena* del municipio de La Orotava, es de 30€ por persona. Se ha elegido la tarifa más económica dentro de la variedad que se ofrecía.
- En un último punto, para la contratación de **azafatos/as** se ha acudido a la agencia Eventum Hostess de la que se poseen datos referentes al precio por hora, que es de alrededor de 15 euros.

2.3 Planificación del festival

En esta fase del proyecto, una vez definidas las cuestiones básicas, es necesario explicar la planificación que se ha seguido. Para asegurar el éxito y la eficiencia del Tenerife Glam Festival, se ha tenido que realizar una serie de gestiones. Siguiendo el manual *Guía de organización de congresos, eventos feriales y exposiciones* (Serna y Escudero. 2017, p.72), se ha confeccionado la siguiente tabla. Está planteada para que pueda distinguir claramente cuándo habría que realizar cada gestión, de doce meses en adelante en cuenta regresiva:

Concepto	Meses anteriores al inicio del congreso						
	12	10	8	6	4	2	0
Presentar proyecto a la ULL	X						
Comités	X						
Sede y recinto	X						
Fecha	X						
Presupuesto inicial	X						
Patrocinadores		X					
Página web		X					
Publicidad		X					
<i>Call for papers</i>			X				
Programa del congreso					X		

Programa de actividades					X		
Catering					X		
Azafatas						X	
Invitados	X						
Alumnos ULL participantes			X				
Drags						X	
Informe final							X

2.3.1 Comité Científico

Además del comité organizador que se ocupará de realizar con éxito toda la gestión del festival, se seleccionará un comité científico que seleccione y apruebe toda la parte académica del festival. Desde las normas en el congreso al tipo de mesa y ponencias que se llevarán a cabo; la función del comité será gestionar con éxito la parte congresual. Con este objetivo, se ha recopilado una lista de posibles candidatos para este cometido. Para su elaboración, se ha tenido en cuenta que el comité debe estar conformado por especialistas no solo de la Universidad de la Laguna, sino también de otras instituciones académicas de España y el resto del mundo.

Alejandro García Martínez (Graduado Cinematografía y Audiovisual en la Escuela Superior de Cine y Audiovisuales de Cataluña (ESCAC)

Javier Castán Lanaspá (Doctor en Historia del Arte)

Millie Taylor (Graduada en Música, Teatro y Baile en la Universidad de Birmingham)

Esther Newton (Graduada en Antropología en la Universidad de Chicago y en Historia en la Universidad de Michigan)

Javier Castán Lanaspá (Doctor en Historia del Arte)

2.3.2 Patrocinio

El patrocinio es una pieza clave que beneficia a las dos partes y hace posible la sostenibilidad de un evento. Para el Tenerife Glam Festival, la patrocinadora oficial y principal es la Universidad de La Laguna. Previamente se indicó que invertiría 15.000 euros para la planificación del TGF. Sin embargo, para obtener un balance en el presupuesto e ingresos, se acudiría a diversos organismos y empresas.

Estos serían los seis patrocinadores que aportarían al evento, pero no se trata de una lista cerrada:

- El Ayuntamiento del Puerto de la Cruz podría alquilar los servicios del Teatro Timanfaya por el período del 8 al 12 de octubre junto al equipo técnico, lo que reduciría entre de 2.800 y 3.100 euros en costes.
- El Pequeño Buda Pub Rock podría ofrecer su local y sus servicios de iluminación y sonido para el concierto. En su beneficio, atraería clientela, los asistentes de la Glam Jam.
- La discoteca New Mansion podría ofrecer su establecimiento y servicios de iluminación y sonido para el *Show Drag*. A cambio, al igual que en el caso anterior, se beneficiaría de la consumición de los asistentes.
- Emiliano Taller Musical podría ofrecernos un descuento de sus servicios como premio de la Glam Jam. Se le otorgaría un espacio publicitario a la entrada del Teatro Timanfaya, junto a la proyección de su logotipo o vídeo anunciante previa visualización de las películas.
- La Cueva Gráfica podría encargarse de la realización de la cartelería, los trípticos, la bolsa de tela de regalo para los invitados, los programas y los *roll-up* con lona impresa. Igualmente, se le otorgaría un espacio publicitario a la entrada del Teatro Timanfaya, junto a la proyección de su logotipo o vídeo anunciante previa visualización de las películas.
- El Hotel RIU Garoé situado en el Puerto de la Cruz nos podría ofrecer la estancia de manera gratuita por 4 noches a los cuatro invitados, incluyendo el desayuno.
- Fonteide podría costear las botellas de agua de vidrio para los participantes e invitados del festival. En su beneficio, se le ofrecería como a los dos casos anteriores su espacio publicitario a la entrada del Teatro Timanfaya y la

proyección de su logotipo o vídeo anunciante previa visualización de las películas.

Asimismo, los patrocinadores contarán con un lugar fijo en el inicio de la página web del festival para publicitarlos, y sus logotipos quedarán impresos en el material de divulgación del evento (carteles, trípticos y programas).

2.3.3 Divulgación del evento

Para garantizar que dispondremos con los invitados y los participantes del congreso esperados, es preciso que haya un movimiento divulgativo con el fin de que el evento sea viable y exitoso. Por esto, se refiere sobre todo a la difusión digital (páginas webs, redes sociales, blogs, YouTube, etc). Uno de los primeros puntos a tener en cuenta es la creación de una dirección de e-mail que identifique el evento y sirva de mediador para establecer la comunicación con organismos, empresas y asistentes. Un ejemplo sería, tenerifeglamfestival@ull.es.

No obstante, como se ha dicho anteriormente la pertinencia que supone estar presentes en el mundo digital, también es conveniente la creación de una página web donde se pueda acceder a la información del Tenerife Glam Festival. De igual forma, el uso de las redes sociales como, por ejemplo, *Instagram*, *Twitter* y *Facebook*; aparte de emplear los medios tradicionales, los carteles y los trípticos.

Para concluir con este apartado, es conveniente crear una imagen corporativa del Tenerife Glam Festival. El diseño se encargaría a los alumnos de Diseño y/o Bellas Artes de la Universidad, con el requisito de que ilustre la esencia del evento. Este podría ser uno de ellos:



Ilustración 1: Logotipo diseñado por la autora del proyecto

- Página web

Este factor tan importante podría ser subvencionado por la Universidad de La Laguna, el principal y oficial patrocinador del Tenerife Glam Festival. La URL sería “www.tenerifeglamfestival@ull.es” y estará a disposición de cualquier persona interesada en el evento, ofreciéndole la información necesaria del congreso en su totalidad, la programación y los aspectos básicos como lo son la fecha, el lugar y el precio de las matrículas. Asimismo, los contenidos presentados en ella serán consensuados por el comité organizador del TGF. Las metas de la utilización de este recurso informático como medio de difusión serían:

- Dar a conocer de forma online el Tenerife Glam Festival.
- Crear la sede online del mismo.
- Facilitar la información pertinente sobre el lugar y la fecha de celebración, así como del comité organizador y el científico, incluyendo el listado de cada uno.
- Ofrecerles a los ponentes la reglamentación para realizar la ponencia.
- Difundir la programación de actividades del evento para atraer a asistentes: añadiendo, pues, las temáticas de las mesas redondas, los títulos de las películas que se van a proyectar, las ponencias magistrales de los expertos y los espectáculos nocturnos organizados para cada día.
- Mantener contacto cercano a través el servicio de correo electrónico con aquellos que tengan dudas o preguntas específicas sobre el Tenerife Glam Festival.
- Incluir las novedades, si las hubiera, del evento.
- Ahorrar en costes, pues se reduciría la cantidad de cartelería.

Para ilustrar visualmente esta parte, el siguiente esquema o boceto sería un ejemplo de los contenidos y la organización de estos dentro de www.tenerifeglamfestival.ull.es:

(LOGOTIPO)						
TENERIFE GLAM FESTIVAL						
Sobre nosotros	Comités	Programa	Novedades	Información	Inscripción	Sugerencias
Cuenta atrás e	Publicaciones cronológicas + entradilla anclada				Espacio para anuncios de	

indicar el <i>hashtag</i> #TenerifeGlamFestival2020”	que recoja la información principal del evento	los patrocinios y fotos de los diseños del escenario
--	--	--

En líneas generales, al detallar el contenido en varios apartados —abarcando cada uno con detalle su temática correspondiente—, la página web se convertiría en un soporte útil para informar al público. Del mismo modo, contar con una web beneficiaría al Tenerife Glam Festival, en tanto a lo mencionada previamente, como con el fin de realzar una imagen innovadora, seria y fiable del proyecto.

Así, la información publicada en la página web quedaría repartida de la siguiente manera:

- “Sobre nosotros”: en esta pestaña se detallará algunos datos sobre la institución, en especial el Departamento de Historia del Arte y Filosofía, ya que el comité organizador pertenece a esta área. Además, vendrá incluido con detalle la colaboración realizada por parte de la Universidad con los estudiantes que participarán en el evento; y se expondrá en breves líneas una introducción que presente al proyecto de Tenerife Glam Festival al público.
- “Comités”: se publicarán los perfiles de cada uno de los componentes del comité organizador, con el fin de que la organización se perciba más cercana a aquellos que visiten la web. Al mismo tiempo, este apartado se completará con los datos del comité científico una vez haya sido elegido.
- “Programa”: esta vía será la primera con la que se dará a conocer la programación del festival. Resulta importante dedicarle un espacio único para que se pueda acceder a este con facilidad. Estará disponible una vez que se haya confirmado todas las asistencias y actividades a realizar.
- “Novedades”: en esta sección se publicarán las noticias del Tenerife Glam Festival. Después de haber sido expuesto el programa, se irá informando del desarrollo del evento para que los asistentes no pierdan detalle. Por otra parte, se le vincularán las redes sociales para transmitir diferentes contenidos del festival: por ejemplo, durante las espectáculos que ya se han nombrado, se publicarían vídeos desde *Instagram*. Asimismo, se promoverá el uso del *hashtag* oficial en Twitter, “#TenerifeGlamFestival2020”.

- “Información”: este bloque recogerá información de la fecha del evento, así como del Puerto de la Cruz. Se destacarán los sitios más relevantes turísticamente a nivel cultural y social, un mapa del municipio y los números de emergencia por si hicieran falta. Se publicará además, la ubicación del Teatro Timanfaya, el Pequeño Buda Pub Rock y la discoteca New Mansion, escrita y como enlace a Google Maps.
- “Inscripción”: en este apartado se expondrá toda la información que concierne a la participación en el evento. Entonces, estos serían el formulario del *call for papers* para las propuestas; más adelante, quedaría habilitado el enlace para matricularse junto a la tabla de precio, descargable en PDF.
- “Sugerencias”: este contendrá los correos electrónicos que se consideren necesarios, como por ejemplo, el de la Universidad aparte del propio del festival. Por otro lado, también se incluirá el número de teléfono de la institución y un formulario de sugerencias y peticiones, que gracias a su incrustación en la web facilitarían la comunicación. Para ello, el mensajero tendrá que rellenar el campo referido a su correo electrónico y luego, escribir su petición o comentario. Esta forma de contacto se ha pensado con el fin de ahorrar tiempo al interesado/da, ya que ni siquiera le sería necesario entrar a su correo electrónico.

Asimismo, se espera contar con la colaboración del Ayuntamiento del Puerto de la Cruz para difundir el evento en su página web y conjunto de redes sociales. Se estima además, que adopte el Tenerife Glam Festival dentro de sus actividades a desarrollar dentro de la estrategia Tenerife 2030. De igual forma, se cuenta con que el resto de patrocinadores hagan la misma acción de divulgación digital.

- Redes sociales

El papel de las redes sociales para el éxito de eventos como estos, donde no hay una localización física en la que contactar con la organización, es de gran importancia. Para cubrir esta labor se han elegido estas redes sociales, que tendrían el mismo nombre para no causar confusiones y proporcionar una facilidad de búsqueda, “Tenerife Glam Festival”:

- *Facebook*, puesto que es una de las redes sociales más longevas que continúan en activo y reúne a muchísimas personas de todos los rangos de edades a partir de la edad mínima requerida de catorce años. Además, posee una función específica para la difusión de eventos, lo que agilizaría el objetivo de alcanzar a una cantidad considerable de personas.
- *Twitter*, ya que la creación y utilización del *hashtag* “#TenerifeGlamFestival2020” ampliaría la difusión de los *tweets* que se publiquen desde la cuenta oficial, además de otras personas interesadas. Así, si se hace con anticipación, incluso podría servir de medio para que asistentes del festival se conozcan previamente; y también para que se comenten las actividades del programa durante su realización. En este caso, el usuario sería @TenerifeGlamFestival.
- *Instagram*, dado que es una de las redes sociales más jóvenes y consta con mucha actividad a nivel mundial. Se publicará aquí la programación con imágenes y vídeos de manera creativa, ya sea a través del apartado de “publicaciones” o el de “historias”. El mayor período de actividad, al igual que el del *hashtag* anterior, sería durante la celebración del evento del 9 al 11 de octubre de 2020, pues los asistentes podrían usar la etiqueta #TenerifeGlamFestival2020 en sus publicaciones.

Por último, la gestión de estas redes sociales comprende, al igual que la página web, lo preciso al contacto entre la organización y quien se haya interesado en mandarnos un mensaje. Se tratará de contestar lo antes posible a estas personas, manteniendo siempre una relación cordial y una actitud resolutive.

- **La difusión del festival en plataformas online**

En primer lugar, la colaboración de la Fundación General de la Universidad de La Laguna (FGULL) ofrecería la difusión del festival, cuya información sería publicada en su plataforma digital. Por lo tanto, el evento alcanzaría al alumnado y el profesorado de la Universidad automáticamente mediante correo electrónico. Además, otra ventaja de usar este medio de divulgación es que al ser de acceso público, aquellos externos a la universidad e interesados en la actividad de la FGULL pueden enterarse de la celebración del evento.

- **Material publicitario**

En lo que respecta a la difusión aplicando medios tradicionales, se ha pensado en recurrir a la imprenta La Cueva Gráfica, que patrocinará el Tenerife Glam Festival. El encargo planeado sería, por partes: 40 carteles de tamaño A2 que se colgaran tanto en el municipio del Puerto de la Cruz como en la zona metropolitana Santa Cruz - La Laguna y el campus universitario; la bolsa de tela con el logotipo impreso del festival; y alrededor de cuatro roll-up para colocarlos en el Campus Central de Guajara (ULL), el TEA Tenerife Espacio de las Artes, el hall del Teatro Timanfaya y el hall de la Facultad de Geografía e Historia (ULL).

Igualmente, como publicidad del evento y recuerdos para los invitados, participantes y oyentes del congreso, la organización se costearía los siguientes productos: carpetas, libretas, bolígrafos y pegatinas. Al igual que los elementos anteriores, tendrán impregnado el logotipo del TGF y el de los patrocinadores. Para todo esto se recurrirá a una empresa dedicada a la elaboración de estos materiales. Como conclusión, La Cueva Gráfica aportaría los trípticos que se colocarán en las butacas de los asistentes. Estos tendrían escrito la programación del evento.

2.3.4 Los comunicantes

En este apartado se van a comentar los detalles que comprenden la comunicación comité organizador e invitados. En primer lugar se va tratar en profundidad lo conveniente a los invitados, incluyendo una pequeña descripción biografía de los mismos donde se resaltaré el motivo por el que han sido seleccionados como participantes del TGF. Dentro de este punto se mencionarán las pautas seguidas para las invitaciones. En lo que concierne al *call for papers* se establecerán las normas y los plazos para el proceso de selección de las publicaciones elegidas por el comité científico. En última instancia se revelará la lista de los participantes en las mesas de comunicaciones.

- **Invitados**

Los invitados del TGF serán también parte clave para el éxito del festival, puesto que su grado de prestigio se traducirá en el renombre al que aspira este acontecimiento. Esto se conseguirá con la invitación de cuatro personas que se consideran necesarias para la estructura y naturaleza de la temática. En el área académica se dispondrá de dos expertos que impartirán cada uno, una ponencia plenaria sobre su campo de investigación: Esther Zaplana y Jaime Gonzalo. Además, en el formato debate contaremos con la presencia de los influyentes músicos británicos Dave Hill y Luke Spiller. Los perfiles dispares de nuestros invitados darán una perspectiva holística al evento, contando con testimonios reales tanto de la escena Glam londinense de 1970, como también de sus influencias en el panorama musical actual. A modo ilustrativo, a continuación se incluirán los perfiles de nuestros invitados propuestos. En el caso de que se tuvieran que sustituir por otros, se buscarían a personas que se equiparen en trayectoria.

Jaime Gonzalo



Ilustración 2: Retrato de Jaime Gonzalo (blogs.publico.es)

Jaime Gonzalo, nacido en Bilbao en 1957, fue uno de los padres de la nueva crítica musical española (Tébar, 2012). Periodista, investigador y cronista de rock and roll como se define en su página web (jaimegonzalo.com), su carrera se mantiene desde 1975, escribiendo artículos para diferentes revistas de música como *Popular 1*, *Disco Exprés* o *Rock Especial*, llegando a cofundar su propia revista, *Ruta 66*. Escritor de libros sobre música y panorama contracultural, su último lanzamiento fue en el 2018 un análisis sobre el Krautrock (corriente musical de rock y electrónica) en España titulado *Can: El milagro alemán*. En otra faceta, ha sido productor discográfico y ha participado en programas de radio y televisión. (Tébar, 2019)

Esther Zaplana



Ilustración 3 Retrato de Esther Zaplana (uclm.es)

Esther Zaplana completó su doctorado en el Centro Internacional de Estudios de Música, Universidad de Newcastle, Reino Unido. Su investigación abarca enfoques culturales, feministas y teóricos sobre cuestiones estéticas en la interpretación musical, con énfasis en la voz femenina y la relación entre lo visual y lo auditivo. Sus publicaciones incluyen trabajos sobre género y música, masculinidad ideal y literatura feminista. Actualmente es profesora de literatura inglesa en la Universidad de Castilla-La Mancha. (uclm.es)

Luke Spiller

Luke Spiller, nacido en Bristol en 1986, es el cantante de la banda inglesa The Struts ha emergido como un nuevo representante del Glam (Moody, 2019) debido a su carisma en la *performance* y sus extravagantes atuendos. Se trata de un artista joven, cuyo debut en 2016 con el single *Everybody Wants* lo llevó a ser telonero de *Foo Fighters* o *The Killers*.



Ilustración 4: Retrato de Luke Spiller (discogs.com)

Dave Hill

Dave Hill nacido en Devon en 1946, fue guitarrista de la influyente banda Slade, una de las bandas con mayor éxito comercial en Reino Unido durante el auge del Glam rock en la primera mitad de la década de los 70. Actualmente se encuentra retirado, en 2017 publicó su autobiografía *So Here It Is (Slade) Dave Hill*, donde cuenta su ascenso a la fama y la vida después de ser una estrella de rock. (shropshirestar.com)



Ilustración 5: Retrato de Dave Hill
(shropshirestar.com)

Una vez el comité haya propuesto la lista de invitados se procederá a contactar con ellos. En el caso de los músicos se llevará a cabo por medio de sus representantes; y en el de los investigadores, de forma directa vía correo electrónico o teléfono. Desde el método online, se les enviará un escrito que contenga la invitación formal por parte de la institución, así como la información relativa al evento. Se especificará los costes que se cubrirán por parte del festival siendo estos los vuelos, el alojamiento, la comida (almuerzo y cena) y el desplazamiento dentro de la isla. Si se llegaran a aceptar las condiciones ofertadas por la organización, se les incluiría en la lista de invitados oficial y se podría comenzar la actividad de divulgación del evento. El 7 de octubre, día previo al comienzo del TGF se estima que los invitados lleguen por la mañana, para acomodarlos apropiadamente el presidente y vicepresidenta los recogerá en el aeropuerto, acompañándolos hasta el hotel y ofreciéndoles un paseo para que conozcan el entorno del festival. Como se ha señalado anteriormente, el festival acabará el 12 de octubre a la 1:30, por lo tanto al tratarse del día de la Hispanidad (Festivo en España), se programarán los vuelos de manera que aprovechen ese día. Sin embargo, los gastos que se incurran en el mismo correrán a cargo de los invitados.

- *Call for papers* y matrículas

Para empezar, el *call for papers* se anunciaría en las redes sociales y la página web del Tenerife Glam Festival ocho meses antes: del 1 de febrero al 1 de abril de 2020.

Tras la realización del formulario por parte del comité organizador, se publicará también online. De este modo, se pretende llegar a un público amplio con el objetivo de conseguir una gran variedad de congresistas interesados y distintas líneas temáticas.

Este documento será simple y breve, requiriendo únicamente rellenar los campos de datos personales y el tema en el que se encuadra la exposición que se quiere presentar. Por lo tanto, esta propuesta debe llevar incluidos un título, resumen y un *abstract* sobre la misma.

Al finalizar este período, el comité científico elegirá las más convenientes y se establecerá la comunicación con los autores/as respectivos. Partiendo de las temáticas del Tenerife Glam Festival, se valorarán del 1 al 5 siguiendo estos ítems: adecuación a la temática del congreso, notoriedad en el ámbito de investigación al que se dedique, el atractivo que supone para el mundo académico y en último lugar, su unicidad. En caso de que haya un empate entre las publicaciones evaluadas, será el presidente del comité científico el que decidirá cuál entrará en la programación del festival.

Acercas de la matrícula, otros factores que se han reservado para este apartado, serían los referidos a los plazos de inscripción. Tanto para comunicantes como oyentes, se abrirá un período de matriculación que comenzará un mes después del *call for papers* y la valoración de las propuestas: desde el 1 de mayo al 30 de este mismo mes.

Aparte, se ha tenido en cuenta la creación de un plazo extraordinario. En este caso, el precio de cada matrícula ascenderá a 20 euros para los comunicantes con comunicación, 15 euros para los comunicantes que sean doctorandos y 25 euros para los oyentes. De esta forma, quedaría así:

Tipo de matrícula	Precio de matrícula (€)
Con comunicación	170
Con Comunicación (Doctorandos)	125
Oyentes	80

Esta subida de precios tiene el objetivo de que los interesados se inscriban en el plazo ordinario, ya que cumpliendo esto se podría elaborar el programa del festival con más antelación.

Por último, en las redes sociales y la página web se harán las especificaciones necesarias que comprendan lo referido a las matrículas. En cualquier caso, se facilitará el contacto inmediato con la organización a través del correo electrónico

(tenerifeglamfestival@ull.es) y el resto de las redes sociales del evento, para garantizar que no haya ningún tipo de duda en el proceso de matriculación a los asistentes.

2.3.5 Últimos aspectos de la organización

a) Decoración de la sala

El escenario del teatro será el lugar donde intervengan los ponentes, se creen las mesas redondas y se realice el espectáculo *sing along*. Es por esto, que deberemos cuidar la estética del mismo. El teatro, por su parte, cuenta con todas las comodidades y aspecto de un auditorio moderno, pues ha sido recientemente remodelado. Contamos así con un escenario diáfano de parqué en el que desarrollar una temática decorativa que comulgue con el motivo del festival. En este sentido, se propone contar con la participación de los alumnos de los grados de Diseño y Bellas Artes de la ULL. Se pedirá que presenten un proyecto de diseño en grupos de 7 personas al comité organizador del festival que previamente habrá publicado las directrices en la Fundación General de la ULL, además serán difundidas por los tutores del POAT (Plan de Orientación y Acción tutorial) y demás personal académico de la facultad de Bellas Artes. Para este fin, se habilitará un enlace en la página web del Tenerife Glam Festival donde los alumnos pueden entregar sus trabajos. El grupo ganador será elegido por votación popular entre los miembros del comité organizador meses antes de que acabe el curso académico. A cambio, cada uno de los componentes recibirá un certificado de dos créditos académicos y la posibilidad de desarrollar su idea más allá del papel. Para la selección del escenario se valorará favorablemente aquellas propuestas que usen materiales reciclados y ecológicos. Con esta decisión fomentaremos un festival creativo, sostenible y eficiente que sea afín al presupuesto estipulado de alrededor de 1.000 euros.

b) El presente

Como muestra de agradecimiento con los invitados que han accedido a participar en el evento, la organización les obsequiará con una bolsa de tela con el logo del festival, proporcionada por el patrocinador La Cueva Gráfica, y en su interior, una caja de bombones artesanos con mensaje personalizado. Para ello acudiremos a una de las pastelerías más prestigiosas en Tenerife, El Aderno (www.eladerno.com/), concretamente a su tienda de Puerto de la Cruz. Además recibirán como todos los participantes, el material promocional del congreso.



Ilustración 6: Bolsa de regalo. Foto extraída de Design-bags.com y editada por la autora del proyecto.

c) Los azafatos/as

Para los tres días del festival necesitaremos el servicio de 4 azafatos/as para las funciones propias del puesto. Estos se encargarán de repartir las acreditaciones, acomodar a los asistentes así como resolverles cualquier duda sobre el programa o el recinto, guiarlos el mismo y atender a sus necesidades durante las intervenciones. Es por esto que se les requerirá un nivel alto de inglés conversacional. La contratación se hará a través de la empresa Eventum Hostess que se encargará de seleccionar a las candidatas y proporcionarles un uniforme.

d) Los traductores simultáneos

El TGF es un evento en el que participan personas de todas las nacionalidades, esto es un aspecto al que hay que prestar atención, puesto que la barrera idiomática puede ser un problema. Para solventarlo, se contará en todo momento con equipos de traducción simultánea que se proporcionarán a los oyentes que lo necesiten. En cuanto a los traductores, de la misma manera que con la elaboración del escenario, contaremos con los alumnos de la Universidad de La Laguna que presenten una certificación igual o superior al C1. Además, para asegurar la adecuación de los candidatos para este tipo de evento, se les realizará una entrevista por parte del comité organizador. La recompensa para los seleccionados, al igual que en el caso de la decoración del escenario, será un total de 2 créditos.

e) Drag Queens

El arte del transformismo es uno de los temas que se tratarán en el festival. Por lo tanto, teniendo la posibilidad de contratar un espectáculo de estas características, resulta pertinente su inclusión en la programación. Se ha consultado a través de la página web La Factoría del Show Online, el presupuesto para contar con dos Drag Queens. Es en esta web donde se podrá verificar la calidad del espectáculo que ofrecen y valorar la concordancia del mismo con el festival. Estos artistas serán los encargados de planear el show en la discoteca New Mansion, el segundo día del programa.

2.4 Puesta en marcha del festival

Tras haber concretado los últimos aspectos de la organización, se continuará con la fase de ejecución del festival. Se debe tener en cuenta que el periodo inmediatamente anterior al comienzo del evento es clave para finalizar las gestiones oportunas y propiciar el buen desarrollo del mismo. En este punto del trabajo se expondrán los pasos seguidos cada día, incluyendo los quehaceres del comité organizativo durante la realización del festival. No obstante, en primera instancia, se comentará el programa final, justificando cuestiones básicas como la duración de las ponencias, el horario y los

descansos. También se incluirán la configuración de las mesas y los formatos de las ponencias.

2.4.1 El programa del Tenerife Glam Festival

Día 1: 9 de octubre de 2020

9 – 11.00	Acreditación y presentación
11.15 – 12.15	Ponencia magistral de Jaime Gonzalo
12.30 – 13.30	Debate: “El pasado y el presente del Glam rock” con Dave Hill y Luke Spiller
13.30 – 15.30	Descanso para almorzar
15.30 – 17.30	Mesa 1
18 – 20.30	Proyección de <i>Velvet Goldmine</i> + Charla
22 – 00.00	Concierto en Pequeño Buda Pub Rock

Día 2: 10 de octubre de 2020

10.30 – 12.30	Mesa 2
12.30 – 13.30	Ponencia magistral de Esther Zaplana
13.30 – 15.30	Descanso para almorzar
15.30 – 18.30	Proyección de <i>Hedwig and the Angry Inch</i> + Charla
19 – 21.00	Mesa 3
23 – 01:30	<i>Show Drag</i> en New Mansion

Día 3: 11 de octubre de 2020

16 – 18.00	Mesa 4
18 – 20.30	Proyección de <i>Tommy</i>
20.30 – 22.30	Proyección de <i>El Fantasma del Paraíso</i>
00 – 2.00	<i>Midnight movie: Rocky Horror Picture Show (Sing along)</i>

El programa diseñado tiene en cuenta la parte académica y social del festival. El propósito que hemos seguido con esta programación es poseer actividades que se ajusten a los objetivos enumerados previamente al comienzo del trabajo. No obstante

estas actividades son orientativas, pendientes de la participación final real y la variación en el presupuesto.

La programación se extenderá a mañana y tarde los dos primeros días para así acoger con comodidad las actividades a desarrollar durante la jornada. Como se puede observar, en el primer día se presentará el festival en un acto al que acudirán representantes de la institución organizadora ULL y del Ayuntamiento de Puerto de la Cruz, patrocinador principal del festival. Por otro lado, se estima que la mejor forma de cerrar el festival es con el evento *sing along* de la película *The Rocky Horror Picture Show*. Teniendo en cuenta las necesidades de los participantes, se ha determinado un tiempo de descanso entre actividades dentro del programa de quince minutos a media hora entre sesión académica o proyección de cine, de hora y media a dos horas entre parte académica del congreso y parte lúdica; y se dispondrá de dos horas para el almuerzo. De esta manera, los participantes podrán descansar y prepararse para las actividades del concierto, el Show Drag y el *sing along*. Respecto al último día, la jornada se empezará por la tarde dado que el programa del día anterior finalizará sobre la una y media de la mañana.

En la parte congresual, para conformar las mesas se ha buscado una coherencia en la composición. De esta forma se incluyen a investigadores de gran trayectoria pero también aquellos que exponen sus primeras publicaciones. Como consecuencia, se ha seleccionado un grupo de especialistas en diferentes materias, que serán incluidos por ese mismo motivo en una u otra mesa del congreso.

Es así como en la primera mesa se hablará de temática musical, centrándose en el Glam rock dando una perspectiva holística del movimiento, se discutirá la *retromanía, adicción del pop a su propio pasado*, título de una de las publicaciones del periodista Simon Reynolds, escritor prolífico sobre las tendencias musicales populares.

De la misma manera, en la segunda mesa se contará con la línea temática “Cultura Drag y travestismo”. Bajo este precepto se expondrán publicaciones relacionadas con la historia influyente del mundo Drag, recopilando cuestiones referentes a la iconografía del Drag Queen, la cultura “Ball” estadounidense de la segunda mitad de 1970-1980 y los reflejos de esta en la sociedad americana actual.

La tercera mesa del congreso se centrará en la naturaleza performativa del género, por lo que se espera contar con especialistas en esta temática. De este tema principal derivarán otros como la transexualidad o el feminismo.

Por último en la cuarta mesa, dispondremos de especialistas en cine y artes performativas que expondrán sus trabajos sobre Glam en el cine.

Cabe destacar que todos los nombres recogidos en las siguientes listas son meras propuestas tras haber investigado sus perfiles académicos a través de las páginas web de centros nacionales e internacionales.

Mesa 1

Número de comunicantes: 4

Línea temática: Retromanía y Glam rock

Moderador: Pompeyo Pérez Díaz

Posibles comunicantes:

- Jaime Gonzalo (Graduado en Periodismo)
- Simon Reynolds (Licenciado en Historia en la Universidad de Oxford)
- Millie Taylor (Graduada en Música, Teatro y Baile en la Universidad de Birmingham)
- Sara Arenillas Meléndez (Doctora en Historia y Ciencias de la Música)

Mesa 2

Número de comunicantes: 4

Línea temática: Cultura Drag y travestismo

Moderador: Carlos Javier Castro Brunetto

Posibles comunicantes:

- Ayoze Esver Ramos Velázquez (Doctorando del Programa de Humanidades de la Universidad de La Laguna)
- Carmen Pérez Pérez (Graduada en Psicología)
- Esther Newton (Graduada en Antropología en la Universidad de Chicago y en Historia en la Universidad de Michigan)
- Scott Lang (Doctorado en Literatura en Universidad de Radford y Activista LGBT)

Mesa 3

Número de comunicantes: 4

Línea temática: Performance de la identidad de género

Moderador: Yolanda Peralta Sierra

Posibles comunicantes:

- Nancy Álvarez Rosales (Dpto de Filosofía y Psicología)
- Carmen Pérez Pérez (Graduada en Psicología)
- Leila J. Rupp (Antropología)
- Alwyn W Turner (Graduado en Sociología)

Mesa 4

Número de comunicantes: 4

Línea temática: Cine Glam en los años 70

Moderador: Domingo Sola Antequera

Posibles comunicantes:

- Rafa Rodríguez (Licenciado en Periodismo)
- Vanessa Rodríguez Breijo (Doctora Ciencias de la Información y Licenciada en Periodismo)

- Alejandro García Martínez (Graduado Cinematografía y Audiovisual en la Escuela Superior de Cine y Audiovisuales de Cataluña (ESCAC))
- Javier Castán Lanaspá (Doctor en Historia del Arte)

2.4.2 Desarrollo del evento

El elemento principal de un evento es que posea una planificación detallada. Por ello, en el presente apartado se tratará lo referido a esto. Es de especial importancia que al elaborar dicho plan se tengan en cuenta todos los factores que hacen posible la efectividad del proyecto. En este caso, se partirá del día previo al festival (8 de octubre de 2020) y terminará el día 12 del mismo mes. Así, tras la elaboración del presupuesto, el programa de actividades y el listado de patrocinadores, se ha podido confeccionar el siguiente modelo de desarrollo del Tenerife Glam Festival:

- 8 de octubre

El primer día de la planificación será dirigido fundamentalmente para acomodar a los invitados. El presidente y/o la vicepresidenta del comité organizador darán la bienvenida a los invitados en el aeropuerto y los acompañará hasta su alojamiento en el hotel RIU Garoé, situado en el Puerto de la Cruz. Para abaratar costes, los vuelos que se han seleccionado desde distintas procedencias (Madrid y Londres) tienen horas de aterrizajes próximas. Después de su instalación en las habitaciones, se procederá a la realización de un paseo por el centro del municipio, y se visitarán además el Teatro Timanfaya. Todo esto se ha pensado con la intención de ofrecer la mayor comodidad posible a los invitados y hacerlos sentir acogidos. Por lo tanto, se les invitará a almorzar y cenar —ya que desayunarán en el hotel— tanto ese día como el resto.

Por otro lado, en lo que a cuestiones técnicas se refiere, se acudirá al Teatro Timanfaya para ajustar el sonido y la iluminación con el equipo técnico y acordar con ellos su labor durante los días del evento. Al ser el día previo al inauguración del Tenerife Glam Festival se limpiará el recinto, así como se colocarán los trípticos en las butacas, se comprobará que los listados estén correctos y que el material publicitario de los patrocinadores estén visibles en el hall. Además, se organizarán las tarjetas de acreditación alfabéticamente y se trasladarán al escenario los obsequios que se van a

entregar durante el período de acreditación del primer día —una carpeta, libreta y bolígrafo ecológicas junto a pegatinas del TGF.

Finalmente, los ganadores del diseño del escenario empezarán el montaje desde por la mañana. Como no se sabe la dificultad de ello, en caso de no poder estar listo en un día, se consideraría alquilar el teatro desde el 7 de octubre.

- 9 de octubre

Este primer día oficial del Tenerife Glam Festival comenzará a las 7.45 para el comité organizador. A esa hora se citará a los azafatos/as y los traductores con el objetivo de indicarles sus labores. En el caso de los azafatos/as, como dijimos anteriormente, se encargarán de acomodar a los asistentes, colaborar en el momento de acreditación, etc.

Después de la presentación a la que acudirán las autoridades nombradas previamente, se abrirá paso a la primera ponencia del evento, la del periodista e investigador bilbaíno, Jaime Gonzalo. Luego, subirán al escenario los invitados británicos Dave Hill y Luke Spiller para debatir sobre el pasado y el presente del Glam rock. En todo momento, los congresistas e invitados serán guiados por los azafatos/as y participarán en la entrega del presente a los invitados tras sus ponencias. El presidente, en compañía de la vicepresidenta del comité, le ofrecerá la bolsa de tela oficial del TGF con los bombones personalizados de la pastelería y repostería, El Aderno.

En el descanso de dos horas entre las actividades de mañana y las de tarde se invitará a almorzar a los invitados al restaurante La Cofradía, situado en plena costa del Puerto de la Cruz. Allí se hará la despedida de Dave Hill y Luke Spiller, mientras que Jaime Gonzalo regresará al teatro para la mesa de comunicaciones.

De vuelta a la sede del Tenerife Glam Festival, se llevará a cabo la mesa con los cuatro primeros congresistas en participar. Igualmente, después de la proyección de *Velvet Goldmine* y la charla posterior, se terminará la actividad en el teatro. Antes de acudir a la Glam Jam en el Pequeño Buda Pub Rock, se irá a cenar a otro restaurante relevante del municipio.

Por último, tras el concurso celebrado en el pub rock, el presidente o la vicepresidenta le hará entrega a la banda ganadora el descuento en los servicios del

taller musical, Emiliano Taller Musical. Con esto, más el traslado de los invitados al hotel en taxi si asistieron al concierto, acabaría la primera jornada del festival.

Cabe destacar que al ser el día de inauguración se cuenta con un *catering*, además de pausas de quince minutos entre las actividades para amenizar el ajetreo y servir de período de adaptación a los asistentes.

- 10 de octubre

Al igual que en el día anterior, el comité organizador, azafatos/as y traductores estarán en el Teatro Timanfaya antes de la apertura, sobre las 10.00. Se ha elegido esta hora para que no difiera mucho con el comienzo de la segunda jornada, ya que se ha decidido empezar más tarde para ofrecerles horas de descanso a los asistentes. Asimismo, las labores de limpieza ya se habrán ejecutado y la sede del festival estará preparada para abrir sus puerta una vez se prepare la mesa de comunicaciones con la que se comenzará.

Tras la ponencia de la investigadora Esther Zaplana, se le ofrecerá su presente. Acto seguido, se procederá con la visualización de la película *Hedwig and the Angry Inch* y su charla correspondiente. Asimismo, le seguirá un descanso de media hora. A las 19.00 se iniciará la tercera y última mesa de comunicaciones del evento.

Para concluir con la segunda jornada, algunos miembros del comité organizador se quedarán recogiendo lo que haga falta, y los demás se desplazarán hasta un restaurante cercano para cenar junto a los invitados.

El acto que cerrará este día, un *Show Drag* en la discoteca New Mansion, empezará a las 23.00 y concluirá a la 1.30. Sin embargo, no se descarta que los asistentes pasen la noche allí.

- 11 de octubre

Retomando la idea anterior, en esta última jornada se ha decidido comenzar en horario de tarde para que el público descanse. Teniendo en cuenta esto, las actividades programadas son menos exhaustivas: una mesa de comunicaciones, proyecciones de las películas *Tommy* y *El Fantasma del Paraíso*, y un *sing along* de *Rocky Horror Picture Show*.

Este último sería la clausura de la primera edición del Tenerife Glam Festival. Se ha elegido especialmente para que los asistentes se despidan con un buen final del evento. En cambio, por la parte del comité organizador, quedará una labor de recogida antes de marcharse a descansar.

- 12 de octubre

Como en el día previo al festival, los alumnos que hayan diseñado y montado la decoración del escenario, vendrá junto a algunos miembros del comité de organización para quitarlo. Para esto no hay un horario prefijado, ya que se dispondría de todo el día para acudir al teatro.

2.5 El resultado

2.5.1 Informe de los resultados

Al terminar la celebración del Tenerife Glam Festival es conveniente una resolución del mismo, valorando la eficacia de sus resultados tanto a nivel presupuestario, como en el contenido que se ha seleccionado para la programación. Este apartado se ha redactado con el objeto de comprobar que el evento ha ido como se ha pensado. Para ello, se indicarán las ventajas y desventajas que se han encontrado en la puesta en práctica, nombrando pues las dificultades pertinentes en caso de que las haya. Asimismo, se hará especial mención y reconocimiento al patrocinio del proyecto, ya que sus aportaciones económicas son lo que permite llevarlo a la realidad.

Así, los apartados añadidos al informe de resultados serían los siguientes:

- La información recurrente sobre los patrocinadores y su labor
- La documentación que se ha elaborado acerca de la lista de invitados y participantes
- La evaluación del presupuesto con el fin de ver si es conveniente volver a realizar el festival en otra ocasión o un evento de características similares
- La evaluación de la parte académica y si ha satisfizo a los asistentes
- Los pros y contras del evento
- Las conclusiones del mismo

En resumen, este documento recogerá los datos básicos del proyecto, como lo son la fecha y el lugar de celebración del evento; el listado de comunicantes y el de los miembros del comité organizador, aportando los motivos de su selección respectivamente; un informe económico y otro de las actividades que se han ejecutado, presentando las dificultades para estas (si las hubiera) y el tiempo de reacción del equipo organizador para solventarlas. Estos serían algunos de los elementos, a modo orientativo, del contenido del dossier.

Por último, esta documentación se podría entregar a los Vicerrectorados de Investigación, de Relaciones con la Sociedad y al de Internacionalización, como a los patrocinadores. El objetivo de esta decisión reside en que valoren si es conveniente participar nuevamente en otras ediciones del Tenerife Glam Festival o no.

2.5.2 Encuestas de satisfacción

El método que se ha pensado para que los asistentes den su opinión sobre el festival ha sido realizar un formulario de Google. De esta forma, se ahorrará en papel y será más fácil ver las estadísticas de las respuestas. Esta encuesta se les enviará a los matriculados, ya sean congresistas u oyentes, mediante un mensaje de correo electrónico. Sin embargo, a la hora de responder, se ha querido que esto sea de forma anónima, haciendo que el participante solo indique el tipo de matrícula que ha pagado, sin el requisito de poner su nombre. Como para el comité organizador es importante saber los efectos reales del evento, las siguientes cuestiones se valorarían del 1 al 5: la temática, la fecha, el lugar, los vuelos, el alojamiento y la comida en el caso de los invitados, el diseño del escenario, la cartelería, los azafatos/as, el *catering*, la iluminación y sonido, el material publicitario, los contenidos de la web, *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, el contacto online, portales online, los plazos de inscripción, el precio de las matrículas, el programa del festival, el horario, los descansos, las temáticas de las mesas, la organización de estas, el valor científico que han supuesto, la elección de los invitados, la calidad de las ponencias de estos últimos, la selección de las películas, el entretenimiento, la Glam Jam en el Pequeño Buda Pub Rock, el *Show Drag* en la discoteca New Mansion y para acabar, el *sing along* de Rocky Horror Picture Show y la experiencia general.

Además, al final de la encuesta se les ofrecerá un espacio en el que escribir sus observaciones o sugerencias oportunas, si las hubiera. Seguido de esto, un mensaje de agradecimiento por participar en la primera edición del Tenerife Glam Festival.

Una vez hecho el vaciado con las estadísticas precisas, se obtendrá la evaluación por parte de los participantes del evento. A partir de estos resultados, el comité organizador descubrirá lo que se tiene que mejorar y la opinión, lógicamente, del público que ha acudido.

2.6 Conclusiones

En la elaboración de este trabajo se ha planteado la cuestión de realizar un festival. Se ha contado con la dificultad inicial de definir la figura de gestión a seguir. Esto se debe a que en las fuentes consultadas, los términos festival y congreso a veces no poseen un significado determinado, sino que su ambigüedad permite una gran flexibilidad de la programación.

En todo momento se ha estimado la colaboración de la Universidad de la Laguna, sin embargo se ha tenido que buscar la colaboración entre empresas privadas y públicas ajenas a la institución. La posibilidad de la ejecución del proyecto, evidencia la fortaleza de la fórmula simbiótica sector público y privado. Por lo tanto, se espera que el proyecto sirva de ejemplo para la generación de nuevas propuestas de esta índole.

Al tratarse de un festival que no cuenta con las características únicas de congreso se ha tenido que idear todo un programa de actividades que poseyeran un atractivo tanto académico como de ocio. Para ello se ha hecho especial hincapié en espectáculos relacionados con la música, el transformismo y proyecciones de películas que cumplan con las temáticas elegidas.

Respecto a estas últimas, siendo género y sexualidad, cine y música, ha supuesto un reto aunar a diferentes públicos encontrando sus puntos en común mediante la selección de las intervenciones. Sin embargo se considera que se ha logrado una programación que a la hora de la puesta en práctica obtendrá los resultados estimados.

Por otra parte, se ha logrado crear un festival eficiente. En primer lugar, el requisito de que el escenario sea ejecutado con materiales reciclados, reduciendo gastos y favoreciendo la sostenibilidad de la huella ecológica. En segundo lugar, otros elementos pertenecientes a este punto son: los materiales promocionales ecológicos del congreso y las bolsas de tela con el logotipo del festival que se entregará a los invitados como presente.

Para cerrar las conclusiones, se espera que esta propuesta de festival cumpla con las perspectivas de los Vicerrectorados de Investigación, de Relaciones con la Sociedad y el de Internacionalización. Más allá del interés personal por la temática Glam, el proyecto supone a efectos prácticos, un tipo de actividad distinta a las que la Universidad está acostumbrada a ofrecer. Por este motivo su originalidad, se espera que lo lleve al éxito.

Bibliografía y webgrafía

Barba, F. S. (2003). El "pop" en el cine (1956-2002). Ediciones Internacionales Universitarias.

Berliner, T. (2017). Hollywood aesthetic: pleasure in American cinema. Oxford University Press.

Berliner, T. (2017). Hollywood aesthetic: pleasure in American cinema. Oxford University Press.

Bonet, L. (2011). Tipologías y modelos de gestión de festivales. BONET, L.

Borraz, M. (2018). El origen del Orgullo tiene nombre de mujer trans, drag queen, racializada y prostituta. Retrieved 4 June 2019, from https://www.eldiario.es/sociedad/origen-Orgullo-LGTBI-racializada-trabajadora_0_788471834.html

Butler, J. (2011). Bodies that matter: On the discursive limits of sex. routledge. Routledge, 1993.

Butler, J. (2011). Bodies that matter: On the discursive limits of sex. routledge. Routledge, 1993.

Crow, R. (2017). Dave Hill from Slade – Interview. The legendary glam rock guitarist talks to Roger Crow about fame, 'Slade in Flame', his biography and Noel Gallagher. Retrieved 6 May 2019, from <https://www.on-magazine.co.uk/arts/arts-interviews/dave-hill-slade-guitarist/>

Directorio.uclm.es. (2019). Retrieved 10 September 2019, from <https://directorio.uclm.es/persona.aspx?cod=oNTZd1Ik/o4rTOHPtpDkNw==>

El Aderno, pastelería, repostería y chocolates artesanos hechos en Tenerife. (2019). Retrieved 10 September 2019, from <http://eladerno.com/>

Esther Zaplana | MASCAGE Research Project. (2019). Retrieved 10 September 2019, from <http://blog.uclm.es/proyectomascedad/esther-zaplana/>

Ferrero, C. (2019). Qué es la moda 'Camp' y por qué será la temática de la gala Met 2019 | Actualidad, Moda | S Moda EL PAÍS. Retrieved 4 June 2019, from <https://smoda.elpais.com/moda/actualidad/que-es-moda-camp-gala-met-2019/>

Festival Isla Calavera (2019). Retrieved 6 September 2019, from http://festivalislacalavera.com/wp-content/uploads/2018/11/Festiva_ISLA-CALAVERA_catalogo_2018.pdf

Grant, B. K. (2012). *The Hollywood film musical*. John Wiley & Sons.

Haro Ibars, E. (1975). *Gay rock*. Madrid: Ediciones Júcar.

Hedwig and the Angry Inch. (2019). Retrieved 6 September 2019, from <https://www.fotogramas.es/peliculas-criticas/a8398/hedwig-and-the-angry-inch/>

Jaime Gonzalo.com (2019). JaimeGonzalo.com. Retrieved 10 September 2019, from <https://www.jaimegonzalo.com/>

Jornadas del IEHC de Jóvenes Investigadores y Creadores | IEHCAN. (2019). Retrieved 14 August 2019, from <http://www.iehcan.com/ciclos/jornadas-del-iehc-de-jovenes-investigadores-y-creadores/>

Kahn, J. S., Goddard, L., & Coy, J. M. (2013). Gay men and drag: Dialogical resistance to hegemonic masculinity. *Culture & Psychology*, 19(1), 139-162.

Kelley, M. (2000). Cross Gender/Cross Genre. *PAJ: A Journal of Performance and Art*, 22(1), 1-9.

Kinkade, P. T., & Katovich, M. A. (1992). Toward a sociology of cult films: reading Rocky Horror. *Sociological Quarterly*, 33(2), 191-209.

Kinsinger, A. *The Hidden Truth of The Rocky Horror Picture Show*.

La Factoría del Show (2019). Drag Queens. Retrieved 10 September 2019, from <https://www.lafactoriadelsow.com/drag-queens/>

Levitt, H. M., Surace, F. I., Wheeler, E. E., Maki, E., Alcántara, D., Cadet, M., ... & Kosterina, E. (2018). Drag gender: Experiences of gender for gay and queer men who perform drag. *Sex Roles*, 78(5-6), 367-384.

Malla, K., & McGillis, R. (2005). Between a frock and a hard place: Camp aesthetics and children's culture. *Canadian Review of American Studies*, 35(1), 1-20.

Malla, K., & McGillis, R. (2005). Between a frock and a hard place: Camp aesthetics and children's culture. *Canadian Review of American Studies*, 35(1), 1-20.

Marc Bolan / Sept 30, 1947 - Sept 16, 1977. (2019). Retrieved 8 June 2019, from <https://www.peaceandrhythm.com/blogs/news/marc-bolan-sept-30-1947-sept-16-1977>

Markus, S. (2011). *La parodia en el cine posmoderno* (Vol. 20). Editorial UOC.

Moody, P. (2019). Bristolian Rhapsody: how the Struts put the pout back in pop. Retrieved 10 September 2019, from <https://www.theguardian.com/music/2019/mar/05/struts-luke-spiller-interview-glam>

Muñoz, J. E. (1999). *Disidentifications: Queers of color and the performance of politics* (Vol. 2). U of Minnesota Press.

Rock Total (2019). Retrieved 10 September 2019, from <http://www.rocktotal.com/the-struts-estrena-body-talks/#.XXbwKvBKjIU>

Rodríguez, R. (2018). Esto es rock and roll con pintalabios: breve historia del glam rock. Retrieved 10 March 2019, from <https://www.revistavanityfair.es/la-revista/articulos/rock-and-roll-con-pintalabios-glam-gay-rock-david-bowie-brian-eno-mick-jagger-john-lennon-rod-stewart-marc-bolan/30212>

Rodríguez, R. (2019). Pero, ¿qué demonios es el Camp?. Retrieved 3 June 2019, from <https://www.revistavanityfair.es/sociedad/gala-met/articulos/que-es-el-camp-gala-met-susan-sontag-anna-wintour/37925>

SÁNCHEZ, H. (2014). La cara oculta de las canciones: 'Get it on' de T. Rex y el origen del glam rock. Retrieved 18 June 2019, from <https://www.efeeme.com/la-cara-oculta-de-las-canciones-get-de-t-rex-y-el-origen-del-glam-rock/>

Scaraffia, G. (2015). *Diccionario del dandi* (Vol. 9). Antonio Machado Libros.

Simon Reynolds: "El glam generó una religión secular". (2019). Recuperado el 6 de agosto de 2019, de: <https://revistakunst.com/2017/09/14/simon-reynolds-el-glam-genero-una-religion-secular/>

Singla, M. (2017). Simon Reynolds: "El glam generó una religión secular". Retrieved 6 August 2019, from <https://revistakunst.com/2017/09/14/simon-reynolds-el-glam-genero-una-religion-secular/>

Smithies, G. (2016). 'It doesn't take much for an Englishman to get into drag': Music writer Simon Reynolds on his new history of glam rock. Retrieved 10 May 2019, from <https://thespinoff.co.nz/music/03-11-2016/it-doesnt-take-much-for-an-englishman-to-get-into-drag-simon-reynolds-on-his-new-history-of-glam-shock-and-awe/>

Sontag, S. (1964). Notes on camp. *Camp: Queer aesthetics and the performing subject: A reader*, 53-65.

Suspenden el Rock Coast Festival, con Iggy Pop y Marilyn Manson, por "desinterés". (2012). Retrieved 11 August 2019, from <https://www.20minutos.es/noticia/1452298/0/suspenden/festival/rock-coast-festival/>

TÉBAR, E. (2019). Jaime Gonzalo: Revolución desnuda. Retrieved 10 September 2019, from <https://www.efeeme.com/jaime-gonzalo-revolucion-desnuda/>

Thomas, A. J. (1996). Camping outback: Landscape, masculinity, and performance in *The Adventures of Priscilla, Queen of the Desert*. *Continuum*, 10(2), 97-110.

ÚBEDA, J. (2013). 'Transformer': el disco que le convirtió en leyenda. Retrieved 9 May 2019, from <https://www.libertaddigital.com/cultura/musica/2013-10-28/transformer-el-disco-que-convirtio-a-lou-reed-en-una-leyenda-del-rock-1276502831/>

Zaplana, E. (2013) *Breaking the Mold: Male Rock Performance, Glam, and the (Re-) Imagination of the Male Body in the 1960s and 1970s. Embodying Masculinities: Towards a History of the Male Body in US Culture.*

Referencias de imágenes

Cooke, B. (1972). Roxy Music [Image]. Retrieved from <https://www.eltiempo.com/cultura/musica-y-libros/la-historia-de-la-banda-roxy-music-que-invento-la-era-de-musica-pop-217080>

Dave Hill. (2019). [Image]. Retrieved from <https://www.shropshirestar.com/news/2014/11/25/slade-star-dave-hill-to-light-up-oakengates/>

Design Bags. (2019). [Image]. Retrieved 10 September 2019, from <https://www.design-bags.com/product/n11163210-bolsa/>

Gruen, B. (1973). New York Dolls en L.A [Image]. Retrieved from <http://www.fringeunderground.com/newyorkdolls.html>

Jaime Gonzalo. (2019). [Image]. Retrieved from <https://blogs.publico.es/revista-luzes/2014/07/10/jaime-gonzalo-el-15m-es-una-pieza-mas-en-el-decorado-esto-solo-se-cambia-con-violencia/>

Luke Spiller. (2019). [Image]. Retrieved from <https://www.discogs.com/artist/3709484-Luke-Spiller>

Marc Bolan. (1971). [Image]. Retrieved from <https://glamrock.blognook.com/2018/03/23/marc-bolan-t-rex-the-pink-feather-boa-may-b/>

Slade. [Image]. Retrieved from https://aminoapps.com/c/rock-amino-x/page/blog/slade-la-tragedia-de-su-baterista/v1PY_7gInuwB3Z1Raoom6Zzq0dx3EjExk8

Stoecker, K. (1972). [Image]. Contraportada de Transformer [Image]. Retrieved from <https://madelinex.com/2018/05/16/lou-reed-transformed/>

Sukita, M. (1973). [Image]. David Bowie, 1973 [Image]. Retrieved from <https://www.20minutos.es/fotos/cultura/las-mil-caras-de-david-bowie-13357/6/>