



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

GRADO EN TURISMO

LOS BEATLES COMO MOTOR TURÍSTICO DE LIVERPOOL

Trabajo Fin de Grado presentado por Carmen Fernández Puntas, siendo el tutor del mismo el profesor D. Joaquín José Fernández Domínguez

Vº. Bº. del Tutor:

Alumno/a:

D. Joaquín José Fernández Domínguez

Dña. Carmen Fernández Puntas

Sevilla. Mayo de 2023

Dedicado especialmente;

A mis padres, hermanos y familia; por estar siempre y apoyarme
en cada decisión que he tomado.

A Liverpool; por ayudarme a crecer y darme las amigas
que hoy llamo hermanas.

A mí; costó, pero lo conseguiste.

“We see in papers all over the world—isn’t it wonderful that the Beatles rose from the
slums.

Lots of people imagine that Liverpool is one big slum, which it isn’t.”

(John Lennon, 1964)



GRADO EN TURISMO
FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2022-2023]

TÍTULO:

LOS BEATLES COMO MOTOR TURÍSTICO DE LIVERPOOL

AUTOR:

CARMEN FERNÁNDEZ PUNTAS

TUTOR:

D. JOAQUÍN JOSÉ FERNÁNDEZ DOMÍNGUEZ

DEPARTAMENTO:

FILOLOGÍA INGLESA (LENGUA INGLESA)

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

FILOLOGÍA INGLESA

RESUMEN:

Los Beatles han tenido un impacto significativo en la industria turística de Liverpool. La asociación de la ciudad con la icónica banda ha atraído a fanáticos y entusiastas de la música de todo el mundo, que buscan explorar las raíces de los Beatles y sumergirse por completo en una “experiencia Beatlemaniaca”. Liverpool es la sexta ciudad más visitada del Reino Unido y está creciendo exponencialmente, gracias a su designación como Capital Europea de la Cultura en 2008 o por ser la ciudad elegida para albergar el Festival de la Canción de Eurovisión 2023. No obstante, el turismo de la ciudad destaca en particular gracias a la huella dejada por los Beatles. A lo largo de este trabajo, se va a investigar y estudiar el impacto turístico que provocó el nacimiento y ascenso mundial de los Beatles en la ciudad de Liverpool.

PALABRAS CLAVE:

Beatles; Liverpool; Merseybeat; Impacto turístico; Promoción.

ABSTRACT:

The Beatles have had a significant impact on Liverpool's tourism industry. The city's association with the iconic band has drawn fans and music enthusiasts from all around the world, seeking to explore the roots of the Beatles and fully immerse themselves in a "Beatlemaniac experience". Liverpool is the sixth most visited city in the United Kingdom and is growing exponentially thanks to the city's designation as European Capital of Culture in 2008 or for being the city chosen to host the Eurovision Song Contest 2023. However, the city's tourism stands out in particular thanks to the mark left by the Beatles. Throughout this work, the tourist impact that caused the birth and worldwide rise of the Beatles in the city of Liverpool will be investigated and studied.

KEYWORDS:

Beatles; Liverpool; Merseybeat; Touristic Impact; Promotion.

ÍNDICE

CAPITULO 1. INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO 2. OBJETIVOS, JUSTIFICACIÓN Y METODOLOGÍA.....	3
2.1 OBJETIVOS	3
2.2 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA	3
2.3 METODOLOGÍA	3
CAPITULO 3. BACKGROUND	5
CAPITULO 4. LOS BEATLES, GOBIERNO LOCAL Y PROMOCIÓN DE LIVERPOOL EN LA DECADA DE LOS 60.....	7
4.1 1964: PONIENDO A LIVERPOOL EN EL MAPA	8
4.2 URBANISMO, ECONOMÍA Y EL IMPACTO DE LOS BEATLES.....	10
4.3 EMBAJADORES INTERNACIONALES	12
CAPÍTULO 5. TURISMO, LIVERPOOL Y LOS BEATLES.....	15
5.1 TURISMO “BEATLEMANÍACO”	15
5.2 FENÓMENO BEATLE	16
5.2.1 Recursos y atractivos turísticos	17
5.2.2 Tours y agencias de viajes tematizados	25
5.2.3 Oferta hotelera.....	28
5.2.4 Beatlemania.....	31
5.3 LIVERPOOL EUROPEAN CAPITAL OF CULTURE	34
5.4 PRODUCCIÓN MUSICAL DE LA CIUDAD	37
5.4.1 Eurovisión 2023.....	41
CAPÍTULO 6. LA HERENCIA DE LOS BEATLES EN LIVERPOOL Y SU IMPACTO EN EL SECTOR ECONÓMICO Y CULTURAL.....	43
6.1 IMPACTO ECONÓMICO.....	43
6.2 IMPACTO CULTURAL	43
CONCLUSIONES.....	45
Bibliografía.....	46
Anexo.....	49

CAPITULO 1. INTRODUCCIÓN

Los Beatles no necesitan presentación. Sabemos quiénes son. Sabemos lo que cantaban. Sabemos que les encantaba Liverpool. Sabemos que gente de todo el mundo viaja en peregrinación a su lugar de nacimiento. Pero si te encuentras un poco perdido allá vamos:

En la década de los años 60, una joven banda llamada The Beatles surge en la ciudad de Liverpool, Inglaterra, para tomar el mundo por asalto. Con un sonido, estilo e imagen único, los Beatles se convirtieron rápidamente en una de las bandas más populares e influyentes de todos los tiempos.

En la actualidad, el legado de los Beatles vive en la ciudad donde todo comenzó, y Liverpool se ha convertido en un destino importante tanto para los fanáticos de la música como para los turistas. La ciudad está firmemente establecida en el mapa turístico, y los turistas seguirán visitándola, al igual que viajan a Memphis por Elvis, a Stratford-upon-Avon por Shakespeare, y a Salzburgo por Mozart. Es cierto que la música de algunos iconos anteriores -como Ivor Novello y Noël Coward- ha ido pasando de moda, pero es poco probable que esto le suceda a los Beatles.

Su historia es mágica, y los turistas siempre querrán ver los edificios y las calles asociados a ellos. Su contagiosa música ha sido interpretada y sampleada de tantas maneras diferentes que permanece fresca y contemporánea para que la descubran las generaciones futuras.

A lo largo de los años, ha habido opiniones y percepciones locales diferentes sobre los Beatles, su relación con su lugar de nacimiento, su influencia en la escena musical local, la imagen de la ciudad, la perdurabilidad del atractivo y, en general, el valor de la música relacionada con el patrimonio turístico. Pero la realidad es que los Beatles hicieron alarde de su crianza con orgullo, y crecer en Liverpool fue crucial para su desarrollo. Algunos comentaristas llaman a Liverpool “el quinto Beatle”. Esta conexión fue y sigue siendo muy significativa hoy en día.

En 1962, los Beatles no sabían qué es lo que pasaría con ellos. Y es que no importa lo que podamos pensar, ya que el éxito de los Beatles fue algo más que inevitable. Con ventas globales que suman más de 600 millones de discos, cintas y CDs, el grupo formado por John Lennon, Paul McCartney, George Harrison y Ringo Starr tiene un récord total de ventas certificadas (álbumes, sencillos que incluyen descargas digitales y videos) de 264,9 millones, superior a los 208,8 millones de Elvis Presley y los 175,6 millones de Michael Jackson, en segundo y tercer lugar respectivamente. Además, la banda cuenta con más de 8000 libros escritos sobre ellos (Brocken, 2009), así como cortometrajes y películas que muestran la intensa relación que tenía la banda con su ciudad natal.

Después de cincuenta años lo que se entiende por “The Beatles” es mucho más que cuatro músicos de Liverpool. El término “The Beatles” se usa en conversaciones, publicaciones y sobre todo para abarcar a una gran variedad de personas, música, organizaciones e ideas. Es un testimonio de la importancia y el papel de los Beatles en la cultura internacional y del Reino Unido, dentro de Liverpool y como parte de la vida de las personas en general.

CAPITULO 2. OBJETIVOS, JUSTIFICACIÓN Y METODOLOGÍA

2.1 OBJETIVOS

El presente trabajo parte con el objetivo general de investigar y analizar las consecuencias que tuvo y tiene para la ciudad de Liverpool el nacimiento y auge mundial de los Beatles.

Como objetivos específicos podemos señalar:

- Conocer la historia de los Beatles y su asociación con la ciudad de Liverpool.
- Analizar los factores que contribuyen a la popularidad de los Beatles en Liverpool.
- Evaluar cómo el legado de los Beatles afecta a la industria turística de la ciudad.
- Estudiar si la ciudad ha aprovechado al máximo su asociación con la banda.
- Evaluar cómo Liverpool sigue trabajando en la actualidad para promocionarse como destino turístico musical.

2.2 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

Liverpool, esa ciudad que amas u odias. Yo tuve la suerte de amarla desde el primer día que puse un pie en ella. Esas calles llenas de gente sin importar que llueva o que truene; pubs con música en vivo los siete días de la semana; el acento *scouse*, al que le cogí un cariño especial; los atardeceres en Albert Dock o la alegría de los liverpulianos. Todo ello me sirvió de inspiración a la hora de escoger tema para mi trabajo fin de grado.

He querido utilizar el caso de Los Beatles, ya que con cada paso que das por la ciudad puedes sentir el cariño y homenaje que sus ciudadanos han querido hacerle a “sus hijos predilectos”. Y es que Liverpool y los Beatles son inseparables, ya que la ciudad fue el lugar de nacimiento y hogar de la famosa banda. A lo largo de los años, esta conexión ha hecho que diferentes organismos, tanto públicos como privados, hayan puesto a Liverpool en el punto de mira de millones de fans de todo el mundo.

A lo largo de este trabajo vamos a conocer cómo Liverpool se ha ido transformando turísticamente desde los años 60 a la actualidad.

2.3 METODOLOGÍA

Una vez expuesta la introducción y los objetivos que se persiguen con el desarrollo de este trabajo de investigación solo quedaría presentar la metodología que se ha seguido para poder llevar a cabo el mismo.

El primer paso para poder desarrollar este proyecto ha sido la recopilación de todo tipo de información para poder dar cuerpo y enfocar dos temáticas con tanto grueso como son el tándem que forman el turismo de Liverpool y los Beatles.

Conviene destacar aquí la recogida de datos e información procedentes de obras y artículos a través de la Central Library en Liverpool y de la University of Liverpool. Otro medio para la obtención de información ha sido a través de medios digitales, como, por ejemplo, páginas webs, periódicos digitales, proyectos académicos, proporcionados por

el City Council de Liverpool, la Universidad de Sevilla, la John Moores University y la University of Liverpool.

Para la realización de este trabajo me ha sido de gran ayuda un proyecto que tuve que realizar para la asignatura *Tourism and Leisure*, la cual cursé en la John Moores University durante mi estancia Erasmus en Liverpool. Dicho trabajo me ha ayudado en la recopilación de datos numéricos sobre el turismo en Liverpool, así como a tener una primera toma de contacto con los organismos de la ciudad encargados de la gestión turística.

CAPITULO 3. BACKGROUND

Para comprender el impacto de los Beatles en el turismo de Liverpool, es importante considerar primero la historia de la banda y su relación con la ciudad. Los Beatles se formaron en Liverpool en 1960 y estaban integrados por John Lennon, Paul McCartney, George Harrison y Ringo Starr. En sus primeros años, la banda tocó en varios clubes y lugares de la ciudad, desarrollando su sonido y estilo característicos. A medida que crecía su popularidad, comenzaron a atraer la atención de las discográficas y los profesionales de la industria de la música, y finalmente alcanzaron la fama mundial con éxitos como "She Loves You", "Let It Be" y "Hey Jude". Los Beatles son, por supuesto, la banda pop más famosa de Liverpool. Con otras bandas locales de principios de los 60 contribuyeron al llamado "fenómeno Merseybeat".

Los Beatles fueron la primera banda británica en 'triunfar' en el mercado estadounidense, y también han sido descritos como la primera banda de rock/pop en hacer de sus orígenes locales una parte de su éxito 'global'. Un artículo en la revista Music Week de 1994 comenzaba así: "Piensa en Liverpool e inmediatamente pensarás en The Beatles". Sin embargo, los Beatles fueron más que una banda exitosa, ya que también desempeñaron un papel muy relevante en la configuración de la cultura y la identidad de Liverpool. Su música reflejaba las raíces de la clase trabajadora de la ciudad, con letras que hablaban de las experiencias y luchas de la gente común. La literatura de los Beatles, a menudo, enfatiza el estatus de clase trabajadora de la banda y representa a la banda de una manera que construye una oposición entre ellos y su mánager de clase media, Brian Epstein; así, un número del fanzine de los Beatles con sede en Londres describe a Brian pidiendo salmón ahumado y "vino fino" en un elegante restaurante de Londres, mientras que "los chicos" preferían "empanadillas de queso" y "tazas de té" (Barrow, 1993). Tales representaciones son particularmente poderosas en las películas y/o cortometrajes que se han hecho sobre los Beatles como, por ejemplo: "A Hard Day's Night" (1964), donde la banda también está vinculada al parentesco, la irlandésidad y las raíces.

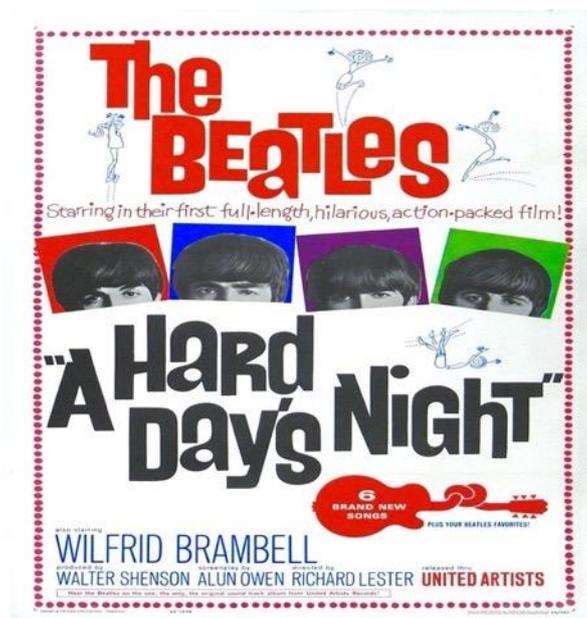


Imagen 3.1. Cartel de estreno en cines del Reino Unido

Fuente: IMDB

A través de sonidos, imágenes, eventos y artefactos, los Beatles han representado a Liverpool de muchas otras maneras, influyendo en cómo las personas piensan sobre la ciudad y la imbuyen de valor y sentimiento, y también en cómo actúa la gente en relación con la ciudad. La música forma parte de tales procesos. Describir una ciudad como 'producida' es enfatizar los procesos que configuran las formas materiales, sociales y simbólicas de la ciudad. La música refleja aspectos del lugar en el que se crea: por lo tanto, "diferentes ciudades... hacen diferentes ruidos" (Street, 1995); pero la música también produce lugar. Las influencias musicales evidentes en las canciones de los Beatles reflejan, en cierta manera, el desarrollo histórico y las circunstancias geográficas, sociales y económicas de Liverpool con, por ejemplo, influencias del rock and roll estadounidense y del country que reflejan los fuertes vínculos comerciales de la ciudad con Estados Unidos, e influencias provenientes de la música melódica irlandesa, que dan fe a su vez de la existencia de una gran población de origen irlandés en la ciudad.

Los Beatles ayudaron a poner a Liverpool en el mapa, llamando la atención sobre la ciudad y su carácter único. Para muchos fanáticos de todo el mundo, los Beatles y Liverpool son inseparables y representan un poderoso símbolo cultural que habla del legado perdurable de la banda y la ciudad de la que surgieron.

CAPITULO 4. LOS BEATLES, GOBIERNO LOCAL Y PROMOCIÓN DE LIVERPOOL EN LA DÉCADA DE LOS 60

La relación entre la música popular y el lugar ha recibido una atención académica considerable, como se refleja en un espectro de literatura dentro de áreas que incluyen música, estudios culturales, geografía cultural, turismo y estudios de políticas (Connell y Gibson, 2003); (Whiteley et al., 2005). Dentro de este capítulo, usando el ejemplo de los Beatles y su ciudad natal de Liverpool en el noroeste de Inglaterra, se ha examinado cómo la música popular ha sido movilizada y explotada en formas que alimentan las iniciativas de política cultural diseñadas para facilitar el turismo, la regeneración urbana, el marketing de lugares y una reinención de la ciudad (Brabazon, 1993); (Cohen, 2007); (Gibson y Connell, 2003). Estas iniciativas políticas representan un cambio en el pensamiento sobre la ciudad posindustrial que surgió en la década de 1980, cuando muchas ciudades se vieron obligadas por circunstancias económicas a rearticularse hacia una economía de servicios.

Los críticos han argumentado que el Ayuntamiento de Liverpool tardó en responder al potencial de explotar la conexión entre Liverpool y los Beatles (Brabazon, 1993); (Cohen, 2007); (Gibson y Connell, 2003). La miopía del Ayuntamiento en este sentido a menudo se evidencia en su decisión de permitir que el Club Cavern del sótano original se rellenara con ladrillos en 1973 y posteriormente se reemplazara por un aparcamiento. Reflexionando sobre las iniciativas políticas en la década de 1980, Parkinson y Bianchini (1994) argumentan que la ciudad perdió oportunidades reales para promocionarse como centro cultural, dado su estatus privilegiado como "el hogar del grupo de rock más famoso del mundo" junto con su rica oferta de galerías, museos, música, equipos de fútbol, teatros y artistas.

No fue hasta principios de la década de 1980, impulsado por el entusiasmo de un empleado del propio Consejo, cuando el Consejo del Condado de Merseyside comenzó a promover la conexión con los Beatles como medio para fomentar el turismo. Con el aumento del turismo de los Beatles después de la muerte de John Lennon, el Consejo nombró cuatro calles nuevas en honor a la membresía del grupo en 1981 e introdujo recorridos regulares y una guía en 1982. Se informó que los recorridos fueron "un gran éxito internacional, atrayendo a visitantes de los Estados Unidos, Japón y Europa" ("Visitas en grupo"). Cabe señalar que, aunque el turismo estructurado de los Beatles no se fomentó hasta la década de 1980, esto estaba en consonancia con las prácticas desarrolladas en otras ciudades. Por ejemplo, no fue sino hasta 1979 cuando la ciudad natal de Buddy Holly, Lubbock, en Texas, estableció el Paseo de la Fama del Oeste de Texas y erigió una estatua, que fue financiada con fondos privados. De manera similar, la mansión Graceland de Elvis Presley en Memphis no se abrió al público hasta el año 1982, e incluso en ese momento "el alcalde de Memphis no asistió porque pensó que 'no tendría éxito'" (Leaver y Schmidt, 2009).

El aparente descuido de Liverpool sobre el legado de los Beatles sin duda ahora se ha abordado. Mientras que en 1997 se informaba de que Liverpool "recién comenzaba a darse cuenta del potencial de su 'industria de los Beatles'" (Grose, 1997), hoy en día una gran cantidad de empresas y organizaciones están involucradas en la promoción de la conexión entre la ciudad y estos célebres músicos. Como señala Kruse (2005), los lugares de la ciudad (incluidos los lugares mencionados en canciones como "Penny Lane") se han comercializado tanto entre los turistas que "el paisaje de los Beatles en Liverpool se ha convertido en una industria bien coordinada y muy lucrativa". El aeropuerto de la ciudad pasó a llamarse John Lennon International y el centro de la ciudad incluye el centro comercial Cavern Walks, el Club Cavern reconstruido, una

tienda de los Beatles, estatuas de Lennon y Eleanor Rigby y un Monumento a la Paz Europea de dieciocho pies dedicado a John Lennon. Las partes interesadas pueden visitar The Beatles Story, el Casbah Coffee Club y el Museo de Liverpool, que ofrece una exhibición de objetos de los Beatles y un espectáculo del grupo. Los visitantes también pueden hacer un viaje en el autobús Magical Mystery Tour o contratar el Fab Four Taxi para visitar lugares asociados con la banda, mirar dentro de las casas de la infancia de Lennon y McCartney restauradas y cuidadas por el National Trust, y pasar la noche en el Hard Days Night Hotel. Los Beatles son pues en la actualidad un elemento central de la forma en que se marca y comercializa la ciudad. Así, la importancia de los Beatles en el modo en que se promociona la ciudad es reconocida por Mersey Partnership, cuyo papel incluye actuar como la junta turística oficial de la región. Como detalla un informe elaborado por dicho organismo, el interés por los Beatles sigue siendo alto y son, de lejos, el atractivo más importante de visitantes extranjeros a la región de la ciudad... este mercado siempre verde seguirá siendo una USP para Liverpool, algo que ninguna otra ciudad del mundo puede reclamar. (Asociación de Mersey, 2009).

Si bien es posible que el Ayuntamiento de Liverpool solo haya comenzado a explotar activamente el turismo de los Beatles desde los años 80, este capítulo está organizado examinando tres interacciones particulares entre los Beatles y la ciudad. A mediados de la década de 1960 se estaba desarrollando un nuevo plan de la ciudad y la dependencia de la ciudad de industrias particulares estaba cambiando. El ascenso a la prominencia de los Beatles estaba agregando otra presión sobre Liverpool para rearticularse en respuesta a la atención de los medios que la música popular estaba atrayendo a su ciudad natal. La primera sección considera la decisión de organizar una recepción cívica para los Beatles y la reiterada afirmación de que la banda había “puesto a Liverpool en el mapa”, al establecer una nueva asociación cultural internacional para la ciudad. La siguiente sección examina cómo la creciente fama del grupo y el anuncio de la recepción cívica fueron recibidos dentro y fuera de la ciudad. Finalmente, se considera el papel que asumieron los Beatles como embajadores de la ciudad en su gira por Australia.

4.1 1964: PONIENDO A LIVERPOOL EN EL MAPA

El éxito internacional de los Beatles y su considerable perfil mediático llevó a que la ciudad de Liverpool organizara una recepción cívica en su honor. La idea de esto parece haber sido planteada públicamente por primera vez por Eric Heffer, concejal de Walton, quien escribió al alcalde con dicha sugerencia el 2 de febrero de 1964. Citando su desempeño en el Royal Command y su próximo viaje a los Estados Unidos, Heffer argumentó que los Beatles “son, a su manera, maravillosos embajadores de nuestra ciudad. Su conducta ha sido del más alto nivel y podemos estar justamente orgullosos de ellos” (Liverpool Record Office, 1961). La propuesta de Heffer para una recepción cívica fue publicada simultáneamente en la prensa, y el archivo incluye un recorte del Daily Telegraph que transmite la noticia de que Heffer consideraba a los Beatles como “los mejores embajadores del Liverpool”. Uno de los argumentos presentados por Heffer, al abogar por una recepción cívica, fue que los Beatles “han ayudado a poner a Liverpool en el mapa”. Finalmente se acuerda celebrar la recepción cívica en combinación con un estreno benéfico planificado de la película “A Hard Day’s Night” en Liverpool el 10 de Julio.



Figura 4.1. Los Beatles el 10 de julio de 1964, durante la celebración de su recepción cívica y para el estreno de su primer largometraje, A Hard Day's Night.

Fuente: Heritage Auctions (2014)

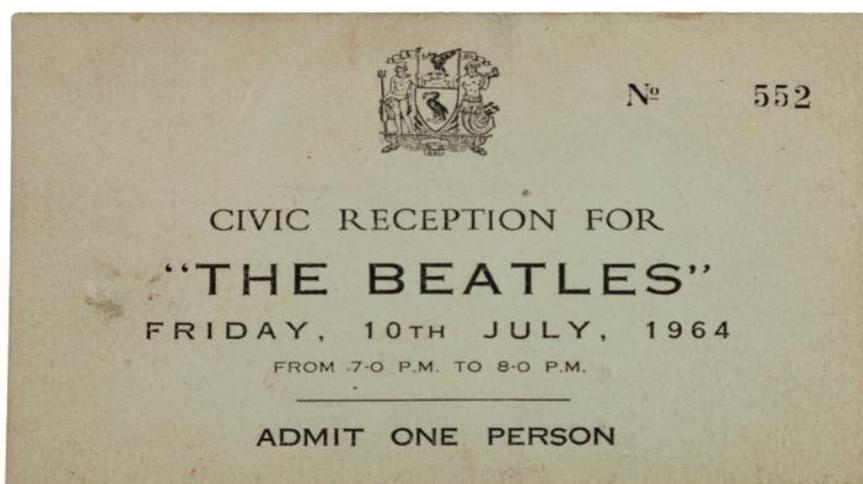


Figura 4.2. Ticket para la recepción cívica del ayuntamiento de Liverpool de los Beatles, 10 de julio de 1964.

Fuente: Heritage Auctions (2014)

El furor mediático en torno a la banda fue reconocido, al menos en cierta medida, por la Alcaldía como una oportunidad para promover la ciudad de una nueva manera. En este punto, no se imaginaron que algo tan efímero como la música popular podría ser capaz de impulsar el crecimiento económico por sí mismo, y la explotación promocional de Liverpool como el "lugar de nacimiento" de los Beatles solo se perseguiría y promovería explícitamente como patrimonio de la ciudad años más tarde. Se reconoció que la adulación ofrecida a la banda promovía una imagen positiva de la ciudad y sus ciudadanos. A través de la fama de los Beatles, se atrajo la atención de los medios sobre su ciudad natal y estos le dieron una nueva prominencia internacional, además de ayudar a establecer la reputación de Liverpool como centro de creatividad musical y cultura juvenil. El grupo, junto con otros artistas de "Merseybeat", ayudaron a cambiar la reputación de la ciudad desde una situación de penuria a una de vitalidad.

Los comentarios en la prensa local también respaldaron esta opinión cuando el periódico local Liverpool Echo y el Evening Express ("Ese fabuloso viaje por EE. UU") publicaron una carta de una mujer en Buffalo, Nueva York, que decía: "Han puesto a Liverpool en el mapa mucho más de lo que 100 profesores estirados podrían hacer." (Liverpool Echo y Evening Express, 1964).

Liverpool fue (y sigue siendo) parte de la historia de los Beatles, a pesar de que el grupo y NEMS Enterprises se mudaron a Londres a principios de 1964. Su conexión con la ciudad era audible en sus acentos regionales, y lugares de su ciudad natal aparecerían en el borrador de la letra de "In My Life" y en las canciones "Penny Lane" y "Strawberry Fields Forever" lanzadas en 1967 (Du Noyer, 2002). Además, su relación con Liverpool se reforzaba continuamente en la prensa popular. Un artículo en uno de los periódicos británicos nos muestra cómo la banda estaba estrechamente relacionada con su ciudad natal:

En caso de que algún lector acabe de llegar de Marte, los Beatles son los cuatro músicos de pelo largo que cantan música rock and roll y se han convertido en una parte tan permanente de la escena de Liverpool como la vista de los ferris en el Mersey. ("Beatlemania oficial").

Se ha argumentado que este énfasis en el lugar, junto con las descripciones del sonido "Mersey" o "Merseybeat", era una forma bastante conveniente para que la prensa londinense empaquetara y explicara el éxito de los Beatles y sus contemporáneos (Inglis, 2010). El "sonido Mersey" constituye una etiqueta que ciertamente reforzó la fuerte ligazón entre los Beatles y su "lugar de nacimiento", lo que sugiere al tiempo conexiones íntimas entre el lugar, la creatividad y las características sonoras de la música producidas en el lugar. La prensa contribuyó así a reforzar una asociación entre el grupo y su ciudad natal, asociación a la que la Alcaldía respondió y trató de capitalizar.

4.2 URBANISMO, ECONOMÍA Y EL IMPACTO DE LOS BEATLES

Mucha gente de dentro y fuera de la ciudad agradeció la decisión de organizar una recepción cívica. El anuncio provocó numerosas cartas al alcalde con solicitudes para poder ser incluido en la lista de invitados. Los fanáticos de la banda escribieron con la esperanza de tener la oportunidad de conocer a quienes llamaban sus héroes. Sin embargo, no todo fueron críticas positivas, también se recibieron cartas de la oposición. Aunque estas deben entenderse como respuestas individuales, ofrecen una idea de las preocupaciones que estaban vigentes en ese momento en una parte de la población. Las opiniones expresadas se relacionaban directamente con la forma en que la ciudad fue conceptualizada en el imaginario público, así como con los debates sobre cómo se debían priorizar las finanzas y las estrategias de desarrollo de la ciudad.

La actitud del secretario municipal puede parecer bastante miope en el contexto de la estrategia turística actual de Liverpool y la dependencia que la ciudad tiene actualmente de la economía turística. La visión de ciudad postindustrial dependiente de la atracción de visitantes no estaba en el panorama político ni en la conciencia pública a mediados de la década de 1960, ya que se le empezaría a dar énfasis a partir de los años 80 y en adelante. De hecho, como detalla Connelly (2007), no fue hasta veinte años después, en 1984, cuando se puede notar el "cambio de política de Liverpool hacia la promoción del ocio y desarrollos turísticos". Connelly también destaca que incluso entonces este cambio no marcó el gran giro hacia el turismo que es evidente hoy en día. El cambio a mediados de la década de 1980 se limitó principalmente a la comercialización del desarrollo costero de Liverpool, mientras que en una etapa posterior se desarrollarían planes más amplios para la comercialización de la ciudad.

Sin embargo, aunque el turismo no era una preocupación clave de Liverpool en el momento en que los Beatles alcanzaron el éxito, las autoridades de la ciudad y los urbanistas estaban en proceso de rediseñar y remodelar el centro de la ciudad. En este sentido, se debatió la cuestión de qué “significaba” Liverpool, incluida la definición de las preocupaciones centrales, el propósito y la función de la ciudad. La remodelación de la misma tuvo como objetivo redefinir su función, facilitando su operación a través de nuevos edificios, vías y esquemas de estacionamiento.

Los planes para el centro de Liverpool eran ambiciosos, incluida la propuesta de 1962 de Graeme Shankland, el consultor de planificación de la ciudad, para construir St John's Precinct con un bar y restaurante de 400 pies de altura. La visión de Shankland para la ciudad era que debería ser “un lugar para vivir, trabajar, comprar y jugar” y que “el área del Centro Cívico no debería ser la reserva exclusiva de las funciones municipales, sino que debería estar diseñada para incorporar donde sea adecuado los usos más animados del área central” (Shankland, 1963).

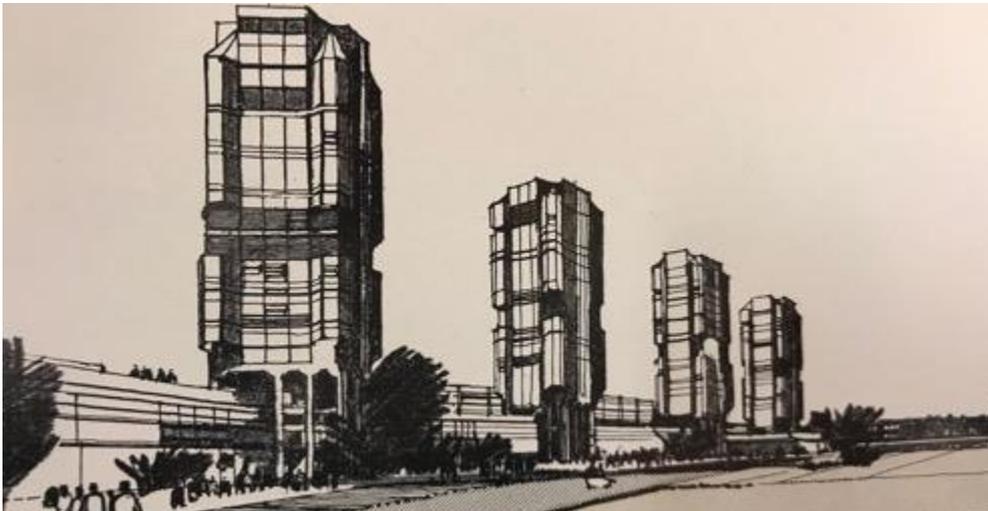


Figura 4.3. “Torres y terrazas” se planificaron en el Plan del centro de la ciudad de Liverpool de 1965, conocido como el plan Shankland.

Fuente: Liverpool Echo (2020)



Figura 4.4. Mapa detallado por Shankland. Las líneas naranjas son rutas para peatones, y las líneas rojas punteadas muestran rutas de autobús.

Fuente: Liverpool Echo (2020)

También hay evidencia de que los planificadores de la ciudad reconocieron que el “Merseybeat boom” podría ayudar a crear una imagen nueva y positiva de la ciudad y que ya estaba aumentando el número de visitantes. Como señaló el Plan del centro de la ciudad de Liverpool, “Mersey Sound ha inundado la lista de éxitos, mientras que los fanáticos de la música pop han venido de todas partes para visitar la “Caverna”. Son cualidades como estas... [que] forman una parte importante de la mística que atrae a la gente a la ciudad para salir por la tarde o por la noche, desde lugares tan lejanos como el norte de Gales y Southport”.

Aunque esto sugiere solo un aumento en el turismo regional, el comentario demuestra que los planificadores de la ciudad eran conscientes del impacto de los grupos locales, y de los Beatles en particular. Lo que se puede observar aquí son los movimientos de reconocimiento de la importancia que el turismo, las economías nocturnas y las prácticas de ocio pueden tener dentro del centro urbano. De hecho, como establece el presidente del comité de planificación en el Prólogo del plan, la ambición era “proporcionar una ciudad aún mejor para vivir, trabajar y jugar. No se trata de ser una ciudad sólo para los ciudadanos; debe ser una ciudad en la que los visitantes encuentren placer visual, color, emoción, actividad y recreación” (Grupo de Planificación del Centro de la Ciudad, 1965).

4.3 EMBAJADORES INTERNACIONALES

Si bien la recepción cívica tuvo como objetivo la celebración de los cuatro héroes locales y cimentar en la imaginación del público la estrecha relación que tenían los Beatles con su ciudad natal, la fama del grupo a nivel internacional también requería que el alcalde respondiera a la creciente reputación internacional de Liverpool como ciudad musical. Las giras de los Beatles y otros artistas de Liverpool, que incluyeron conciertos, compromisos públicos, conferencias de prensa y apariciones en los medios, fueron un método por el cual se hizo crecer esta reputación. Los compromisos planificados en el extranjero ofrecían así una oportunidad inmejorable que la ciudad podía capitalizar. Los vínculos que estas giras establecieron con Liverpool tenían el potencial de fomentar nuevas conexiones internacionales que, en el futuro, podrían ser valiosas para las relaciones comerciales y de negocios. Sin embargo, no fue el Ayuntamiento el primero en reconocer el potencial de promoción de la ciudad a través de estos recorridos. Más bien, esta idea llamó la atención del Ayuntamiento por la inquietud de los promotores musicales locales y también de los funcionarios públicos de otras ciudades que buscaban ser el destino de una visita de los Beatles. Una oportunidad para que Liverpool promoviera el vínculo de la ciudad con los Beatles se presentó con ocasión de su gira por Australia en 1964. La gira australiana de los Beatles fue organizada en 1963 por el empresario de Melbourne Kenn Brodziak (Zion, 1987). En el momento de la contratación, la decisión de Brodziak de promocionar la banda no estuvo exenta de riesgos. Los actos pop de gira eran predominantemente en los Estados Unidos.

En ese momento, el éxito de los Beatles junto con el de otros artistas del “Merseybeat” había establecido una firme asociación internacional entre Liverpool y la creatividad musical. Liverpool tenía tal prestigio que el nombre de la ciudad incluso se usó como una pancarta bajo la cual promocionar a los artistas británicos de gira por Australia en 1964 en el período previo a la gira de los Beatles. Anticipándose al éxito de la gira australiana de los Beatles, el promotor Harry M. Miller intentó sacar provecho del

próximo evento promocionando el "Liverpool Sound Show", el cual fue el primer especial musical de este tipo que se produjo para la televisión australiana. Fue encabezado por Gerry and The Pacemakers y "recorrió Australia varias semanas antes de la llegada de los Beatles". La reputación de Liverpool se entendió como lo suficientemente fuerte como para garantizar multitudes. Esto es especialmente digno de mención dado que, si bien Gerry and The Pacemakers fue el acto principal, ninguno de los otros artistas en el cartel era del norte de Inglaterra. Como señala Stratton (2007), los otros artistas dentro del cartel fueron Dusty Springfield y su banda de apoyo The Echoes, procedentes de Londres, Brian Poole and The Tremeloes de Dagenham, Essex, y Gene Pitney de los Estados Unidos.

CAPÍTULO 5. TURISMO, LIVERPOOL Y LOS BEATLES

5.1 TURISMO “BEATLEMANÍACO”

A pesar de los éxitos de los Beatles y de otras bandas locales, Liverpool tenía una industria musical en ruinas de la que casi nadie en la ciudad se beneficiaba. Las pequeñas empresas que la componen se someten a una lucha continua por la supervivencia, y cuando los músicos locales han logrado cierto grado de éxito (como contratos firmados con compañías discográficas con sede en Londres), a menudo se han ido de Liverpool.

Sin embargo, la asociación de los Beatles con Liverpool ha atraído a fanáticos de la música, periodistas y otros visitantes a la ciudad. El turismo de los Beatles comenzó en Liverpool durante la década de 1970, cuando varios fanáticos locales de la banda organizaron algunas reuniones sociales informales y giras para otros fanáticos. Se abrió una tienda de los Beatles y se organizó una pequeña convención sobre el grupo. En 1980, la muerte de John Lennon provocó en muchos fans de la banda un deseo urgente de viajar a Liverpool; en 1981, el Ayuntamiento de Liverpool acordó que cuatro nuevas calles podrían llevar el nombre de los miembros individuales de los Beatles; y en 1982 un empleado del Consejo del Condado de Liverpool, trabajando en gran parte por su propia iniciativa y sin el apoyo de sus colegas, había comenzado a promover la comercialización de Liverpool como el "lugar de nacimiento" de los Beatles. Organizó un tour regular a pie sobre los Beatles, con un grupo de guías turísticos especializados en la historia de la banda; ayudó a establecer la convención Beatle como un evento anual; y presentó los viajes en autobús y los paquetes de fin de semana tematizados.

En el año 1983 se estableció Cavern City Tours, una empresa privada que se convirtió en la principal promotora del turismo de los Beatles cuando se abolió el Consejo del Condado de Merseyside en 1986. Fue establecida por tres guías oficiales de los Beatles y sigue siendo el único operador turístico, con sede en Liverpool, que produce postales y guías relacionadas con los Beatles; organiza una convención y un festival anual; organiza tours en autobús, paseos y estancias de fin de semana; y son igualmente los propietarios del nuevo Cavern Club, el cual se construyó cerca del sitio del club original. Además de Cavern City Tours, los otros actores importantes en la actual industria local de los Beatles son la tienda The Beatles, que vende souvenirs, recuerdos y otras mercancías relacionadas con los Beatles, y un museo llamado “Beatles Story”.

Durante la segunda mitad de la década de 1980, la pequeña "industria" de los Beatles lucha por sobrevivir, y el turismo de los Beatles sigue siendo un asunto de pequeña escala dominado por unas pocas empresas del sector privado. La mayoría de los visitantes de los Beatles son excursionistas de un día con un impacto limitado en la economía de la ciudad. Quienes están relacionados con el turismo de los Beatles lo describen como un caso de siempre 'perder el tren', 'una historia de oportunidades perdidas', y la ciudad 'golpeándose a sí misma en el pie', mientras que los visitantes extranjeros, en particular los estadounidenses, señalaban lo mal que se manejaba la promoción de los Beatles como atracción turística de la ciudad (Brocken, 1993). La demolición del Cavern Club original en 1973 por orden del Ayuntamiento de Liverpool se considera el mejor ejemplo de tal incompetencia.

Sin embargo, en 1993 Cavern City Tours organizó con éxito un festival callejero junto con la Convención Anual de los Beatles. El festival tuvo un enfoque de Merseybeat, pero también incluyó otros estilos musicales. Fue visto por sus organizadores como un medio para llegar tanto a los lugareños como a los visitantes, y como una manera de atraer a los participantes en la Convención. Ese mismo año se disolvió la Junta de Turismo de Merseyside y el Ayuntamiento de Liverpool contrató a su primer oficial de turismo. Parte

de las instrucciones dadas a ese oficial era investigar el turismo de los Beatles y revisar las posibilidades con respecto a un papel para el Consejo. El Consejo prometió financiación y apoyo para el turismo relacionado con el grupo.

Para los visitantes interesados por los Beatles, los funcionarios de turismo de la banda señalan bares, discotecas, pubs, exhibiciones y otros lugares o eventos donde se puede sentir y disfrutar de su música. La música muchas veces marca esos espacios como espacios turísticos, y anima a los visitantes a adentrarse en un tiempo, una cultura y un mundo anterior (Gibson y Connell, 2005). Por lo tanto, la literatura promocional sobre la historia de los Beatles proclama 'verlo, escucharlo, sentirlo', publicitando la exhibición como una 'experiencia' que hará revivir el pasado. El tiempo se construye así de otras maneras, a través, por ejemplo, de la marcación de los aniversarios de los Beatles y otros eventos del calendario. También se ha trazado una geografía de los Beatles en la ciudad, compuesta por lugares y edificios en los que la banda vivió y actuó, o lugares a los que se hace referencia en sus canciones.

En general, el turismo cultural ha generado tensiones y suscitado típicos debates, y el turismo de los Beatles no constituye una excepción en este sentido. En Liverpool se han planteado preocupaciones familiares sobre el predominio del turismo y el patrimonio de los Beatles; esto ha provocado llamados para que Liverpool sea promocionado como algo más que la ciudad de los Beatles. Además, ha habido debates sobre el valor del turismo de los Beatles para la ciudad y sobre si las atracciones de este son genuinas y auténticas o inventadas y artificiales, escenificadas y fabricadas principalmente con fines de lucro. Sin embargo, al mismo tiempo, el turismo de los Beatles ha sido bien recibido como un medio para preservar las tradiciones musicales locales, promover la identidad y el orgullo locales y contribuir decisivamente a la economía local.

5.2 FENÓMENO BEATLE

Resulta aún increíble pensar cómo los Beatles fueron revolucionarios en todos los sentidos y no solo en la industria musical. Su largo ascenso al estrellato no es únicamente un modelo para otras bandas, sino también para una plantilla de emprendedores y empresas que cincuenta años después de su primera aparición se siguen preguntando cómo un grupo que se separó en 1970 sigue siendo marca de moda en la actualidad.

Para llevar a cabo este estudio y todo lo que conlleva este fenómeno, me he respaldado de información muy útil procedente de varios artículos de prensa digital sobre estrategia y márketing. Se trata de los artículos: *Cómo no pasar nunca de moda: el éxito empresarial de la marca The Beatles 60 años después*, escrito por Alejandro Serrano Martínez para El Economista; y el artículo *The Beatles: The Brand Behind the Band*, publicado por Simon Graj para la revista Forbes. Podemos destacar aquí varios factores que nos ayudan a entender la fama e influencia de una exitosa marca que a día de hoy sigue generando jugosas ganancias mundialmente:

1. Innovación y creatividad: A pesar de que los Beatles no fueron pioneros en el pop rock, crearon un producto nuevo e irreplicable, experimentaban constantemente con nuevos sonidos y estilos musicales, y su voluntad de superar los límites y probar cosas nuevas ayudó a mantener su música fresca y relevante.
2. Atractivo atemporal: La música de los Beatles ha perdurado durante décadas y continúa resonando entre audiencias de todas las edades. Sus canciones son

ampliamente consideradas clásicas y su popularidad no muestra signos de desvanecimiento.

3. Impacto cultural: Los Beatles fueron más que una banda: fueron un fenómeno cultural que tuvo un profundo impacto en la música, la moda y la cultura popular en general. Desde los trajes grises y el corte 'tazón' de su primera etapa a los uniformes de colores y las melenas largas de su época más bohemia. Su influencia todavía se hace sentir hoy en día.
4. Fuerte identidad de marca: La apariencia, sonido y estilo distintivos de los Beatles contribuyeron a crear una poderosa identidad de marca que se ha mantenido constante a lo largo de su carrera. Los Beatles eran conocidos por su gran compañerismo y trabajo en equipo, lo que ayudó a crear un fuerte sentido de identidad de marca y lealtad entre sus seguidores. Incluso después de la ruptura del conjunto, sus proyectos individuales continuaron teniendo éxito en gran parte debido al atractivo perdurable de la marca Beatles. Esto ha ayudado a construir una base de fans leales y a garantizar la popularidad perdurable de la banda.
5. Conocimientos de marketing: Los Beatles se adelantaron a su tiempo en lo que respecta al marketing y la promoción. Fueron una de las primeras bandas en usar vídeos musicales y también capitalizaron tecnologías emergentes como el disco compacto para mantenerse relevantes y accesibles para las nuevas generaciones.

5.2.1 Recursos y atractivos turísticos

Liverpool es conocido como el lugar de nacimiento de los Beatles. No solo dio forma a su música sino también a sus vidas durante un período de tiempo. Incluso décadas después de su última actuación, la ciudad no los ha olvidado. Liverpool recibe grandes cantidades de fanáticos, que llegan a esta ciudad en búsqueda de un conocimiento a fondo de la historia de sus ídolos.

En este capítulo recorreremos los lugares más importantes de la banda en la ciudad. Muchos fans deciden poner rumbo a Liverpool para poder recorrer las mismas calles que los cuatro músicos, aprender un poco más de su historia y disfrutar de una pinta en el pub donde actuaron por primera vez.

A continuación, voy a presentar un mapa con las principales atracciones turísticas de la ciudad relacionadas con los Beatles. Posteriormente, realizaré una descripción de cada atractivo señalado.

Ruta The Beatles

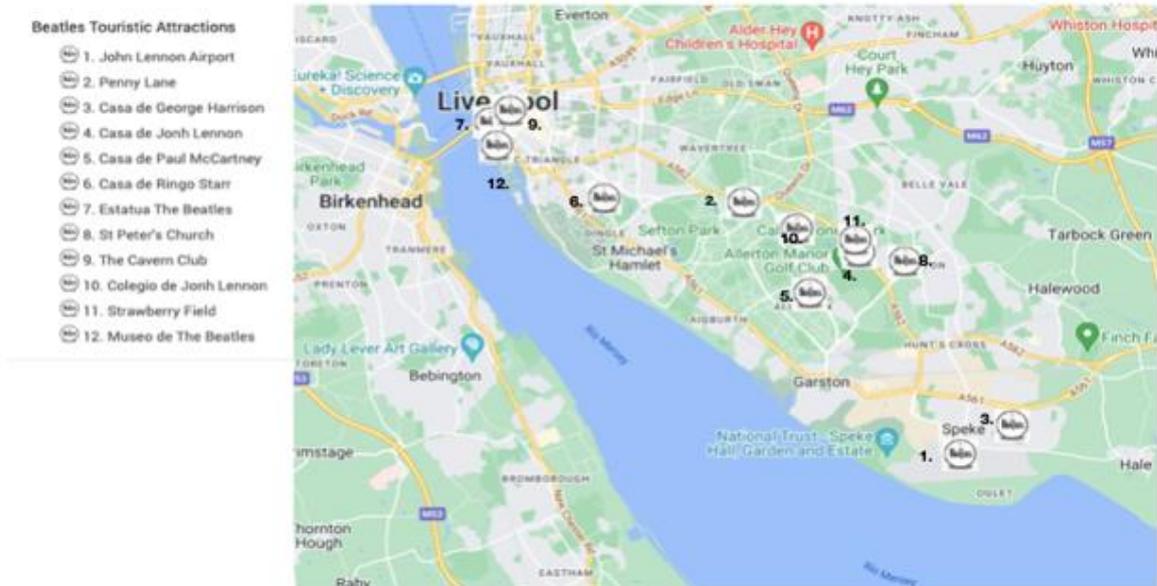


Figura 5.1. Mapa Ruta turística de los Beatles por Liverpool

Fuente: Elaboración propia, 2023

- Liverpool John Lennon Airport

Lo primero que vas a ver relacionado con los Beatles es el aeropuerto de Liverpool. Se abrió en julio de 1933 con el nombre de Aeropuerto Internacional "Speke", y no es hasta 2002 cuando se renombra para hacer referencia al integrante de la banda, John Lennon. También cambió su lema a "Above Us Only Sky", parafraseando la canción "Imagine".



Figura 5.2. Aeropuerto de Liverpool "John Lennon".

Fuente: Liverpool Airport, 2016

- Penny Lane Street

Penny Lane es una de las calles más famosas de Liverpool debido a que está inmortalizada en uno de los éxitos que los Beatles produjeron en 1967. Se encuentra en

el suburbio de Allerton, muy cerca de las casas donde vivían John Lennon y Paul McCartney. Esta calle aún conserva algunos de los lugares originales que aparecen en el videoclip de la canción, como son la barbería, el banco o la tienda de *fish & chips*. Hoy en día, Penny Lane es una de las principales atracciones turísticas de la ciudad.



Figura 5.3. Placa de la calle Penny Lane.

Fuente: The Guardian, 2014

- Las casas de infancia de Lennon y McCartney

En 2002, Yoko Ono compró Mendips, la casa de la década de 1930 en 251 Menlove Ave donde creció John Lennon y la cual se donó al National Trust. Entrar significa ingresar en una cápsula del tiempo, cuidadosamente recreada a partir de los relatos de los inquilinos que solían vivir con la familia. Te transportas a la infancia de John con su tía Mimi y su tío George.

Para poder visitarla debes comprar los tickets con antelación a través de la página web National Trust, la entrada más barata cuesta 23 libras, el tour dura dos horas y media e incluye la visita a la casa de Lennon y McCartney situada en Forthlin Road. La casa de este último fue utilizada para ilustrar la portada del álbum "Chaos & Creation in the Backyard" de Paul y, al igual que la vivienda de Mendips de Lennon, la casa es propiedad del National Trust.



Figura 5.4. Casa de John Lennon.

Fuente: Lonely Planet, 2020



Figura 5.5. Casa de Paul McCartney.

Fuente: Lonely Planet, 2020

- Estatua de los Beatles

Este es posible uno de los lugares más famosos de la ciudad. Cuatro estatuas a tamaño real de los cuatro componentes de la banda. Ubicadas justo enfrente del Liver Building en el paseo marítimo, el cual es patrimonio de la Unesco. Fue un regalo de The Cavern Club a la ciudad para conmemorar el 50 aniversario del último concierto de los Beatles en Liverpool, el 5 de diciembre de 1965.



Figura 5.6. Estatua de los Beatles en Pier Head.

Fuente: El español, 2023

- Iglesia de St. Peters Parish

John Lennon conoció a Paul McCartney durante una fiesta de la iglesia en la que Lennon se encontraba tocando con su banda The Quarrymen. Un par de semanas después

invitó a Paul a unirse al grupo y el resto es historia. El cementerio también contiene la tumba de Eleanor Rigby, canción lanzada simultáneamente con el disco “Revolver”. La tumba se encuentra a la izquierda, al entrar por la puerta principal.

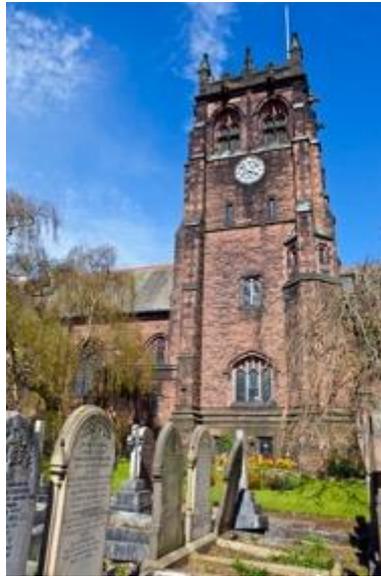


Figura 5.7. Iglesia de St. Peters Parish, Woolton.

Fuente: St. Peters Church, 2014



Figura 5.8. Lápida con el nombre de Eleanor Rigby en la iglesia de St. Peters.

Fuente: St. Peters Church, 2014

- Mathew Street

Mathew Street es una parte importante de la historia cultural de Liverpool y su asociación con los Beatles ha ayudado a convertirla en un destino popular para turistas y fanáticos de la música de todo el mundo. El lugar más famoso de esta calle es el club The Cavern, del cual hablaremos más adelante. Pero además hay algún que otro rincón que merece

la pena visitar como, por ejemplo, el Muro de la Fama, situado a las puertas de The Cavern; se trata de una pared de ladrillos con las firmas de todos los músicos que han actuado en The Cavern, entre otros: The Rolling Stones, Queens, Adele o Elton John.

Otro pub de gran relevancia por su conexión directa con los Beatles es The Grapes Pub: según una placa colocada a la entrada del mismo, aquí quedaban los cuatro integrantes de la banda antes de los conciertos para tomar una cerveza.



Figura 5.9. Mathew Street.

Fuente: Elaboración propia, 2021



Figura 5.10. Muro de la fama en Mathew Street.

Fuente: Elaboración propia, 2021

- Strawberry Field

La verdad es que Strawberry Field no es ningún campo de fresas, sino un antiguo orfanato que el Ejército de Liberación tenía en la Calle Beaconsfield, muy cerca de la casa de John Lennon.

Este lugar es uno de los sitios en los que solía jugar durante su infancia John Lennon y que le inspiró para componer el famoso éxito "Strawberry Fields Forever", que vio la luz en el año 1967. Hoy en día, tan sólo es un jardín abandonado con una reja roja llena de mensajes que han ido dejando los fans de esta famosa banda a lo largo de los años.



Figura 5.11. Reja del jardín Strawberry Field.

Fuente: Elaboración propia, 2021

- The Beatles Story

Se trata de la exposición permanente sobre los Beatles más grande del mundo. Vale la pena dedicarle una visita si eres un súper fanático. Se encuentra situada en la zona de Albert's Dock. La entrada cuesta 14,95 libras e incluye una audioguía. La exposición muestra la historia de esta famosa banda de música desde sus comienzos hasta su separación, explica la vida de cada uno de ellos, incluye personajes relacionados con los cuatro integrantes de los Beatles, cómo se conocieron y réplicas de algunos lugares significativos como la tienda donde compraban los instrumentos, The Casbah Club, The Cavern Club o los estudios de grabación de Abbey Road.

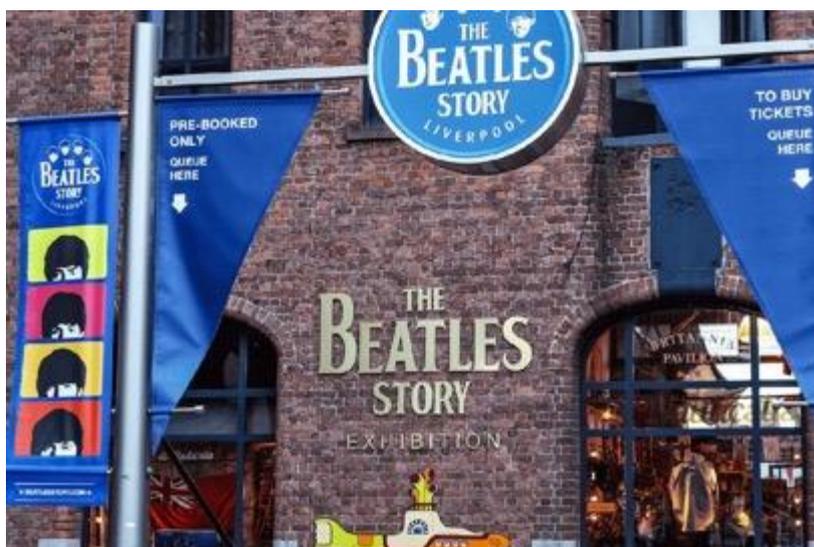


Figura 5.12. Exhibition The Beatles Story.

Fuente: Civitatis, 2018

- The Cavern Club

Este famoso pub está situado en el número 10 de Mathew Street y fue uno de los primeros lugares donde tocaron los Beatles; además, fue aquí donde Brian Epstein (el antiguo mánager de la banda) les descubrió.

Los cuatro integrantes llegaron a tocar más de 290 veces en The Cavern entre los años 1961 y 1963 y aunque el local original fue destruido en 1973, en el año 1984 fue reconstruido y reinaugurado a unos 15 metros de su emplazamiento original con las mismas medidas y con ladrillos del antiguo pub. La entrada al mismo cuesta 5 libras y hoy en día todavía sigue en funcionamiento, con actuaciones de formaciones de música locales todos los días; en sus paredes podemos observar algunos carteles y objetos relacionados con los Beatles.



Figura 5.13. Entrada principal de The Cavern Club.

Fuente: Elaboración propia, 2021



Figura 5.14. Interior de The Cavern Club.

Fuente: ABC, 2019

5.2.2 Tours y agencias de viajes tematizados

Hoy en día son muchas las empresas y agencias de viajes que se dedican a la organización de tours e itinerarios, reflejo del gran auge turístico que ha provocado el fenómeno Beatle en este sector.

A continuación, se muestran varios ejemplos de agencias de viajes que ofrecen este tema en particular, para luego desglosar uno de los tours más reservados en Liverpool y dedicado al fenómeno Beatle.

Nos centraremos en Cavern City Tours, una compañía creada por tres profesores y guías turísticos especializados en los Beatles: Ron Jones, Gerry Murphy y Bill Heckle. La compañía se incorporó al mercado en abril de 1983. Cada uno de los fundadores tenía un interés especial por los Beatles y sentían que, al reunir su experiencia, podrían crear tours y paquetes que pudieran atraer a algunos fanáticos de los Beatles a Liverpool en un momento en que no había una industria turística real en la ciudad. Hacia finales de 1990, la compañía llegó a un acuerdo con la Junta de Turismo de Merseyside para hacerse cargo de la operación diaria de The Beatles Tour e introducir un recorrido turístico diario llamado "Magical Mystery Tour", programado para una hora de duración por el centro de la ciudad. Era la primera vez que Liverpool contaba con tours programados. El nuevo servicio comenzó en junio de 1991 con la introducción de un autobús de dos pisos de 73 plazas. En julio de 1994, el autobús de dos pisos fue reemplazado por un Bedford VAL Plaxton Panorama One de 1966, que es un modelo idéntico al utilizado en la película "Magical Mystery Tour" de 1967 y que fue pintado con la misma librea, naciendo así el Magical Mystery Tour de Liverpool.



Figura 5.15. Magical Mystery Tour con Bedford VAL Plaxton Panorama One.

Fuente: Wikipedia, 2007

- The Magical Mystery Tour:

Se trata de un recorrido en autobús de dos horas de duración saliendo desde el Museo Beatle Story y terminando en The Cavern Club. Es un recorrido por lugares relacionados con los Beatles en Liverpool, incluidos Penny Lane, Strawberry Field y

las casas de la infancia de John Lennon y Paul McCartney. El recorrido está dirigido por un guía experto e incluye comentarios, música y videoclips.

El precio por adulto es de 19,95 libras, no incluye las entradas a las casas de Lennon y McCartney, ya que como hemos dicho en el punto 5.2.1, el único sitio oficial de venta de entradas para la visita de ambas casas es a través del National Trust. Tampoco incluye la visita a The Cavern Club, cuya entrada tiene un precio de 5 libras por persona y se puede adquirir en la misma puerta del local.

STEP ABOARD THE COLOURFUL MAGICAL MYSTERY TOUR BUS FOR A FUN AND FASCINATING 2 HOUR TOUR OF BEATLES LIVERPOOL.

TOURS TIMES

WINTER
Monday to Thursday 11 am – 2 pm
Friday to Sunday 10 am – 2 pm

SUMMER
Monday to Sunday 10 am – 4 pm

Additional tours operate throughout August and September. **Please check here** to see available tours on your chosen date.

Step aboard the colourful Magical Mystery Tour bus for a fun and fascinating 2 hour tour of Beatles Liverpool. You'll see all the places associated with John, Paul, George and Ringo as they grew up, met and formed the band that would take the pop world by storm.

Tours start at the Albert Dock – meet your guide at the Magical Mystery Tour Ticket Office in Anchor Courtyard just a few metres from the bus stop where you will get on board the colourful Magical Mystery Tour coach for an unforgettable 2 hour tour. See the Beatles childhood homes, schools and colleges and get up close to places

CLICK HERE TO BUY TICKETS

CAVERN CLUB
READ MORE >

CAVERN LIVE LOUNGE
READ MORE >

CAVERN PUB
READ MORE >

SPECIAL EVENTS

Figura 5.16. Sitio oficial para la venta de entradas de Magical Mystery Tour.

Fuente: Elaboración propia, 2023

- The Beatles Fab Four Taxi Tour:

The Beatles Fab Four Taxi Tour es un recorrido privado popular en Liverpool que nos lleva a los sitios clave de los Beatles en un taxi privado. El recorrido suele durar cuatro horas, la mayoría de estos tours está operado por la compañía Fab Four Taxi Tours y dirigido por un guía local experto que también es su conductor.

Durante el recorrido, visitaremos sitios como Penny Lane, Strawberry Field y las casas de la infancia de John Lennon y Paul McCartney. También podremos contemplar la famosa estatua de los Beatles en el paseo marítimo de Liverpool y el Cavern Club, donde la banda tocó en muchos de sus primeros espectáculos, como se dijo antes.

Una de las características únicas del Fab Four Taxi Tour es que se puede personalizar según los intereses y preferencias del turista. Su guía puede proporcionar información y puntos de vista sobre la banda y sus miembros, así como compartir historias y anécdotas sobre la vida de ellos en Liverpool.

El recorrido incluye el transporte en un taxi privado, así como la recogida y devolución en el hotel u otro lugar designado.

En general, el Tour Fab Four en Taxi de los Beatles representa una excelente manera de experimentar el legado de los Beatles en Liverpool, y la naturaleza privada del recorrido nos permite personalizar la experiencia según nuestros intereses y preferencias.

Los precios varían dependiendo del recorrido y de la compañía pero no esperéis encontrar nada por menos de 90 libras.

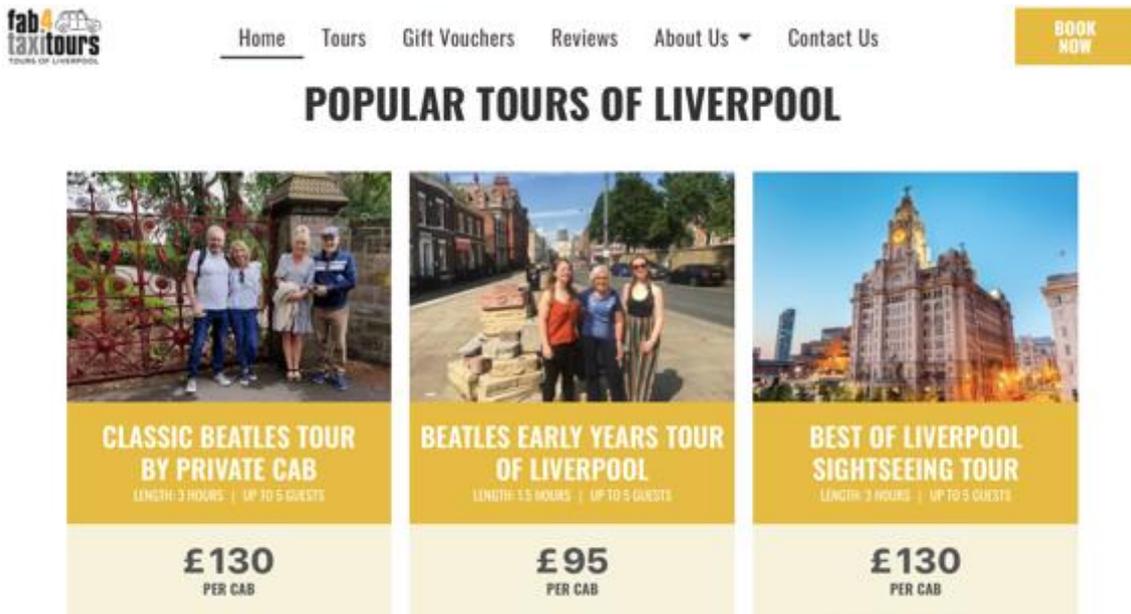


Figura 5.17. Página oficial de Fab Four Taxi Tour con los diferentes tipos de tours disponibles.

Fuente: Elaboración propia, 2023

- Free Tour de los Beatles y Catedrales:

Son varias las compañías que ofrecen *free tours* para enseñarte la ciudad de Liverpool, aunque pocas se centran en hacer un *free tour* de los Beatles.

Esta es una manera *low cost* de ver los aspectos más importantes de la ciudad y de la banda. El tour tiene una duración de dos horas y media y se realiza a pie. Se puede realizar con guía tanto en español como en inglés. Como ya hemos indicado, el tour es totalmente gratuito.

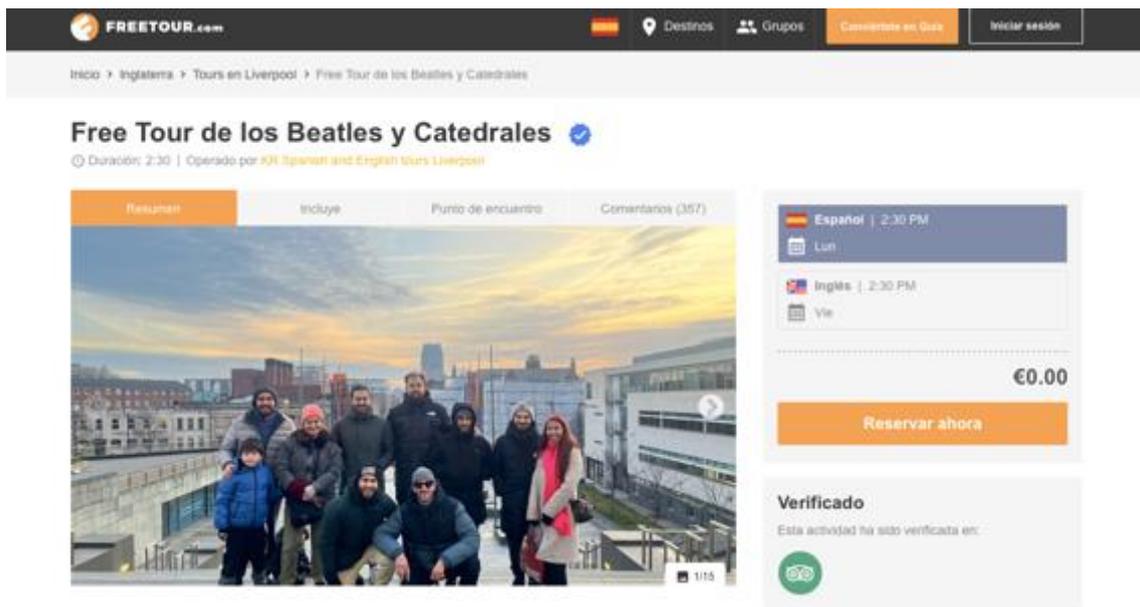


Figura 5.18. Página Web de Free Tour de los Beatles y de Liverpool.

Fuente: Elaboración propia, 2023

5.2.3 Oferta hotelera

En este epígrafe describiremos otro tipo de recursos turísticos que forman parte de la experiencia 'Beatlehead' pero que no pertenecen a ninguno de los recursos turísticos expuestos anteriormente. Nos referiremos aquí a recursos turísticos que potencian y enriquecen las experiencias antes mencionadas, pero que son gestionados por particulares o empresas, y no forman parte directamente de la oferta que fue detallada más arriba. Es el caso, por ejemplo, de las opciones de alojamiento relacionadas con los Beatles. Los tres alojamientos que se describen a continuación generan un valor añadido a la experiencia y son elegidos por los clientes para vivir la experiencia Beatle al completo.

Los hoteles o estancias turísticas que podemos destacar son los siguientes:

- Hard Day's Night Hotel 4*

Hard Days Night Hotel es el único hotel del mundo inspirado en los Beatles, que combina instalaciones de la más alta calidad en un entorno verdaderamente único. Ubicado en el corazón del 'Beatles Quarter' de Liverpool, ofrece alojamiento de lujo y un espacio exclusivo para eventos con un toque diferente.

Fue uno de los últimos proyectos de la compañía The Cavern Tours, quienes compraron uno de los Central Buildings construidos en 1884. Se encuentra ubicado en la esquina de la mundialmente famosa Mathew Street.

Este hotel cuenta con 110 habitaciones diseñadas individualmente en torno a los contornos del edificio original y que están elegantemente amuebladas con obras de arte inspiradas en los Beatles, especialmente encargadas para que adornen sus paredes. Para una experiencia verdaderamente única puedes elegir hospedarte en una de las impresionantes suites, que están inspiradas y dedicadas a Sir Paul McCartney y John Lennon.

- The McCartney Suite: La Suite McCartney ofrece la mejor combinación de alojamiento de lujo y diseño elegante. La suite incorpora obras de arte y artefactos originales, como el certificado de libertad de la ciudad de Liverpool de Sir Paul. La Suite McCartney rinde homenaje a la aclamación nacional e internacional del trabajo de Sir Paul en la música y las artes y dispone de su propio balcón privado con vistas a la ciudad. El precio de esta suite por noche es de unas 230 libras, dependiendo de la temporada.

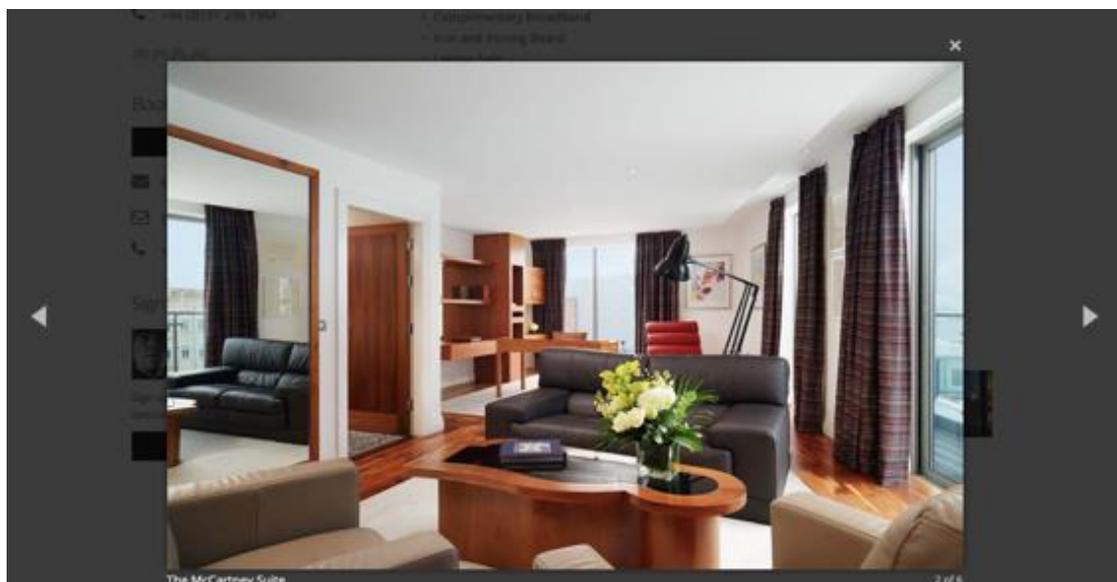


Figura 5.19. Interior de la suite inspirada en Paul McCartney

Fuente: Elaboración propia, 2023

- The John Lennon Suite: Imagine una experiencia hotelera totalmente única en el corazón de Liverpool. Un piano de media cola blanco, dos grandes grabados del propio John, así como numerosos artefactos, todo ello sobre un fondo blanco. Complementado por su propio gran balcón privado que ofrece a los huéspedes vistas espectaculares del centro de la ciudad. Las características y el mobiliario magníficamente diseñados que están en consonancia con el tema identifican inmediatamente a esta suite como otra característica icónica del hotel. El precio por noche de esta suite es de unas 250 libras, dependiendo de la temporada.

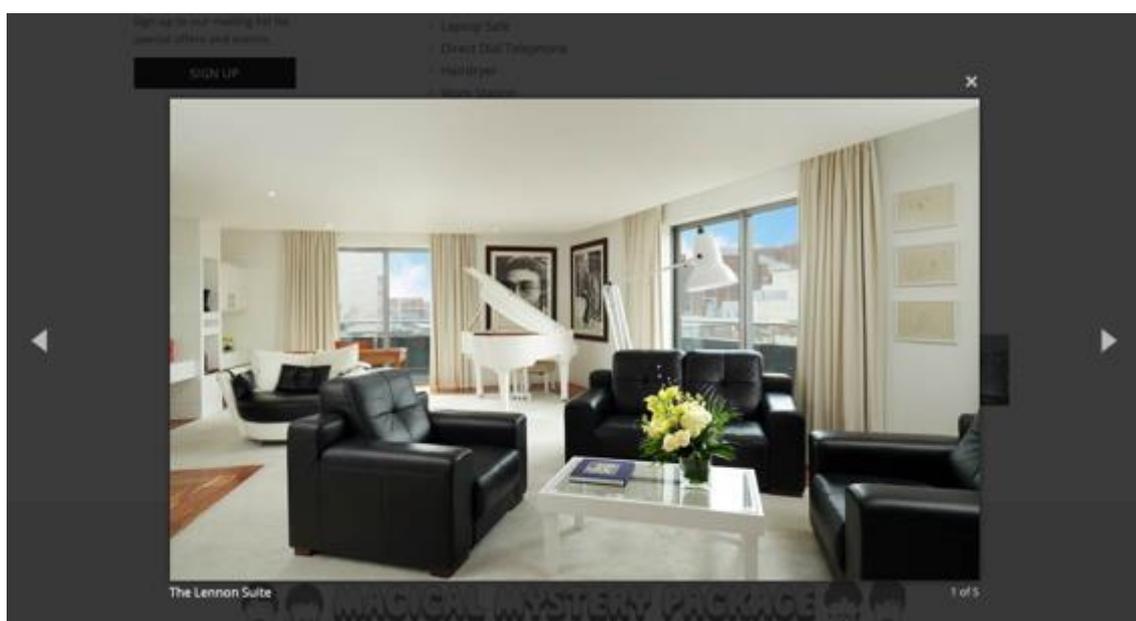


Figura 5.20. Interior de la suite inspirada en John Lennon.

Fuente: Elaboración propia, 2023

Además, de acuerdo con la temática general del hotel, cada uno de sus bares y restaurantes presentan obras de arte y artefactos originales inspirados en los Beatles, creando una atmósfera y una experiencia verdaderamente únicas.

- Ibis Styles Liverpool City Centre Dale Street – Cavern Quarter 3*

Este hotel es un homenaje vivo a la música de los Beatles. Con una ubicación inmejorable, el hotel está situado a un paso de la famosa calle de Mathew Street y del The Cavern Club.

Cuenta con un total de 123 habitaciones modernas inspiradas en los años 60. Puedes sentir el espíritu Beatle durante toda tu estancia, con pasillos decorados con motivos de la banda, además de poder relajarte en su bar lounge mientras escuchas los famosos éxitos de los 4 "lads".

El precio por noche ronda los 140-150 euros, dependiendo de la temporada en la que decidas hospedarte.

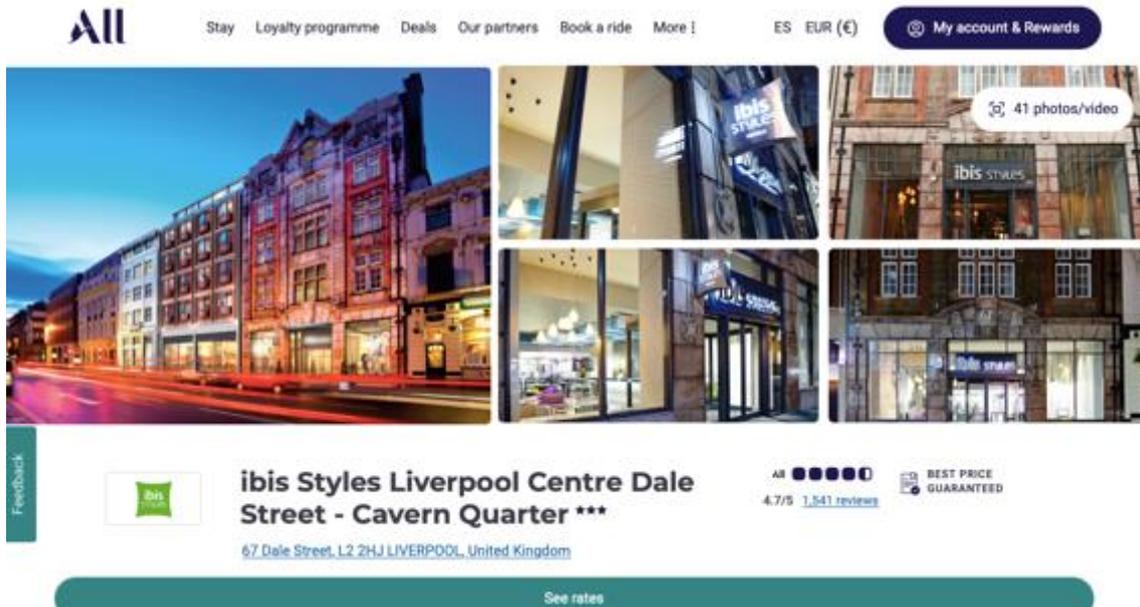


Figura 5.21. Página web oficial del hotel Ibis Style.

Fuente: Elaboración propia, 2023

- Beatles Themed Apartment:

Este apartamento tiene una valoración de 9,5. Se encuentra situado en el centro de la ciudad, a tan solo 200 metros de The Cavern y a 400 metros de Pier Head.

El apartamento cuenta con un moderno y limpio interior decorado con temática Beatle. Tiene capacidad para cuatro personas y el precio por noche gira en torno a los 90 euros. Se puede reservar a través de diferentes plataformas online como Booking o Airbnb.

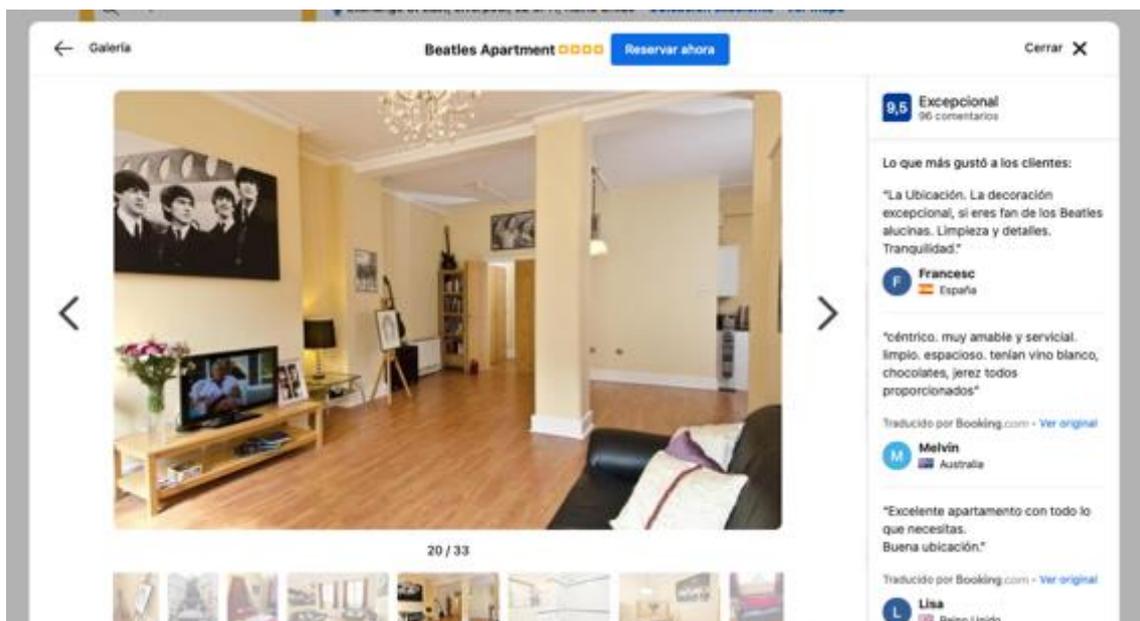


Figura 5.21. Página web de Booking para reservar el Beatle Themed Apartment.

Fuente: Elaboración propia, 2023

5.2.4 Beatlemania

“Beatlemania” es un término que se utilizó durante la década de los años 60 para describir el enorme interés demostrado -especialmente por los jóvenes- en torno al cuarteto británico The Beatles en los primeros años de su éxito y fama. La palabra “Beatlemaníaco”, por su parte, es un vocablo derivado de la palabra “Beatlemania” que se emplea para referirnos a una persona que es una gran fan de los Beatles y su música.

Un Beatlemaníaco es alguien que puede coleccionar recuerdos de los Beatles, asistir a eventos y conciertos relacionados con los Beatles y poseer un conocimiento profundo de la historia y la música de la banda. También pueden participar en comunidades y foros en línea donde pueden conectarse con otros fanáticos y compartir su amor por el grupo.

En 1963, CBS News caracterizó a la Beatlemania como una "epidemia" que se había "apoderado" de la población adolescente de Gran Bretaña; y que pronto "infectaría" también a los Estados Unidos. El siguiente enlace de vídeo muestra cómo era un verdadero Beatlemaníaco en esa época, pudiéndose apreciar diferentes grabaciones de esos años y lo que opinaban los fans sobre la banda.

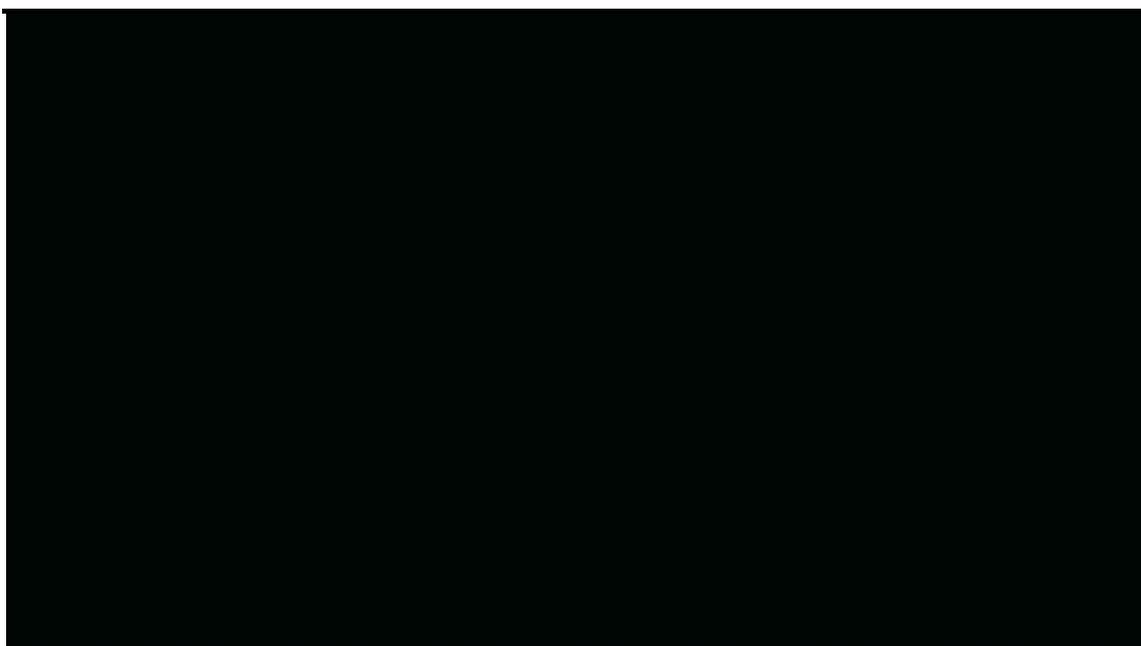


Figura 5.22. Beatlemania en los años 60

Fuente: CBS News, 2014 <https://youtu.be/7mw1D3HTGng>

Desde que los Beatles se separaron en 1970, sus millones de fans han organizado numerosos tributos en honor a sus ídolos. Entre ellos podemos destacar los siguientes:

La primera convención europea de los Beatles se llevó a cabo en España en marzo de 1981. La convención fue organizada por un grupo de fanáticos españoles de los Beatles y contó con una gran variedad de actividades y eventos para los asistentes.

Algunos de los aspectos más destacados de la convención consistieron en una proyección de la película "Help!", un quiz sobre los Beatles y un concurso de disfraces de los cuatro de Liverpool. También hubo presentaciones en vivo de bandas tributo a los Beatles e invitados especiales como Tony Sheridan, quien tocó con los Beatles en sus inicios en Hamburgo, Alemania.

La convención atrajo a fanáticos de toda Europa, incluidos el Reino Unido, Alemania, Francia e Italia. Los asistentes tuvieron la oportunidad de conocer y conectarse con otros fanáticos de los Beatles y compartir su amor por la banda y su música.

Otro evento importante que reúne a Beatlemaníacos de todo el mundo es el Día Oficial de los Beatles, una celebración anual de su música y su legado, que se celebra el 10 de julio de cada año. Se eligió esa fecha porque es el aniversario del día en que los Beatles regresaron a Liverpool de su gira por Estados Unidos en 1964.

El primer Día de los Beatles se celebró en Liverpool en 2008 y desde entonces se ha convertido en un evento popular para los fanáticos de los Beatles de todo el mundo. El Día generalmente incluye conciertos, exhibiciones y otros eventos que celebran la música y la influencia de los Beatles.

Fuera de Liverpool, fanáticos de todas partes del mundo celebran el Día de los Beatles a través de eventos como conciertos tributo, reuniones de fans y publicaciones en las redes sociales.

Los Beatles mueven masas tan grandes de fans que las grandes empresas han creado juegos sobre los Beatles a lo largo de los años, desde videojuegos hasta juegos de mesa y juegos de trivia. He aquí algunos ejemplos:

1. The Beatles: Rock Band: un videojuego lanzado en 2009 para PlayStation 3, Xbox 360 y Wii que permite a los jugadores simular tocar las canciones de los Beatles con varios instrumentos.
2. Monopoly de los Beatles: una versión del clásico juego de mesa Monopoly que tiene como tema a los Beatles y su música.
3. Beatles Trivial Pursuit: un juego de preguntas que desafía el conocimiento de los jugadores sobre los Beatles y su música.
4. Yellow Submarine: un juego de mesa basado en la película animada de los Beatles del mismo nombre.
5. Beatles Top Trumps: un juego de cartas que enfrenta a varias canciones de los Beatles en una batalla por la supremacía.
6. Beatles Bingo: un juego de bingo que utiliza tarjetas y marcadores con el tema de los Beatles.

Todos estos juegos son populares entre los fanáticos de los Beatles y representan una forma divertida de explorar la música y la historia de la banda.

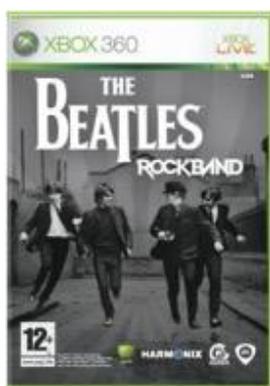


Figura 5.23. Juego para Xbox 360 de los Beatles.

Fuente: Fnac, 2009



Figura 5.23. Juego de mesa Monopoly de los Beatles.

Fuente: Amazon, 2012

Los Beatles han sido una fuerza muy importante en la industria de la música durante más de medio siglo, y su popularidad ha llevado a que se produzca una gran variedad de productos relacionados con ellos a lo largo de los años:

1. Álbumes y CD: The Beatles han lanzado docenas de álbumes y compilaciones, y estos son algunos de los artículos de *merchandising* más populares entre los fans.
2. Camisetas y ropa: hay innumerables camisetas y otras prendas de vestir con imágenes de los Beatles, las portadas de sus álbumes y las letras de las canciones.
3. Posters y arte mural: los posters y el arte mural de los Beatles son artículos populares para que los fanáticos decoren sus hogares y dormitorios.
4. Coleccionables: hay muchos artículos coleccionables relacionados con los Beatles, como figuritas, muñecos y figuras de acción.
5. Libros y revistas: se han publicado innumerables libros y revistas sobre los Beatles, su música y su historia.
6. Joyas y accesorios: las joyas y los accesorios con temas de los Beatles, como collares, pulseras y llaveros, son artículos populares para los fans.
7. Instrumentos musicales: hay muchos instrumentos musicales diseñados para imitar las guitarras y otros instrumentos utilizados por los Beatles.

Estos son solo algunos ejemplos de la gran variedad de productos de los Beatles que están disponibles para que los fans los coleccionen y disfruten de ellos:



Figura 5.23. Merchandising de los Beatles

Fuente: Mind Smoke Records, 2013

5.3 LIVERPOOL EUROPEAN CAPITAL OF CULTURE

Liverpool was named the European Capital of Culture for 2008, a recognition given to a city each year by the European Union to highlight its cultural richness and diversity. This designation brought a year-long celebration of arts and culture to Liverpool, with events ranging from music and dance performances to visual art exhibitions and literary festivals. The title of European City of Culture, already held by the Scottish city of Glasgow, was awarded to Liverpool in 2003 in recognition of its urban regeneration work (Guardian, 2003).

The Liverpool ECoC generated a total audience of nearly 10 million in 2008 and over 18 million across the four years of the programme (2005-2008). Levels of attendance were maintained across the years with events in 2008 having an audience which, on average, was substantially larger than events in the previous years.

Measure	2005	2006	2007	2008	Total
Culture company delivered, procured and large grant funded events ²⁶	1,578,104	1,654,091	1,878,623	9,516,675	14,627,493
Small grants programme funded events	1,939,270	718,245	772,459	288,109	3,718,083
Estimated total audience	3,517,374	2,372,336	2,651,082	9,804,784	18,345,576

Figure 5.24. Estimated audience numbers – total audience size.

Source: Creating an impact: Liverpool's experiences as European Capital of Culture, 2010

The centerpiece of the city's cultural celebrations was the Liverpool European Capital of Culture 2008 festival, which took place from January to December 2008. The festival featured over 350 events, including a concert by Ringo Starr and performances by the Liverpool Philharmonic Orchestra, as well as a number of public art installations, dance performances, and film screenings.



Figure 5.25. Ringo Starr concert.

Source: Liverpool Echo, 2008

The designation of Liverpool as the European Capital of Culture in 2008 brought a range of benefits to the city, including:

1. Increased tourism: The title helped to put Liverpool on the map as a cultural destination. According to the North West Regional Development Agency (NWDA), the Merseyside area, where Liverpool is located, could have earned about 69 million euros from the arrival of tourists. The executive director of marketing of the NWDA, Peter Mearns, said that "this year is not only very important for Liverpool, but for the entire North West", something that was shared by local companies and businesses, which welcomed the proposal with a view to the benefits and investments that may derive from it.
"As the Capital of Culture celebrations begin, the eyes of the world will be on the North West of England and it is important that we take this once-in-a-lifetime opportunity to show the world what we have to offer," he added. This had a positive impact on the local economy, as visitors spent money on accommodation, dining, and entertainment.

As can be seen from Figure 5.26 below, these visits were spread across the year with a peak in the early part of 2008 (when the total number of visits was lower), as well as the peak in the summer which coincided more with the profile of total visits. There was a noticeable drop off towards the end of the year, both in total visits (likely to be connected partly to the recession as well as seasonal issues) as well as in the proportion of visits related to the Liverpool ECoC specifically. From September onwards, 40% of all visits to Liverpool were for a 'special shopping trip' coinciding with both Christmas shopping and the phased opening of the new Liverpool ONE shopping development.

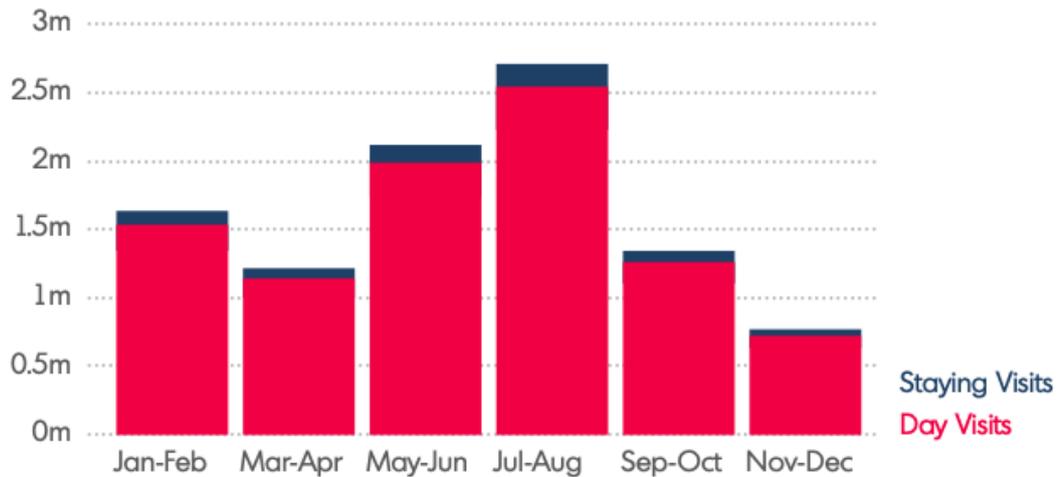


Figure 5.26. Number of visits to Liverpool in 2008 created directly by the Liverpool ECoC.

Source: Creating an impact: Liverpool's experiences as European Capital of Culture, 2010

2. Infrastructure development: The city spent over £1 billion on infrastructure projects to prepare for the year, including the construction of new venues such as the Liverpool Arena and Convention Centre, and the restoration of historic buildings such as St. George's Hall and the Royal Court Theatre. This helped to improve the city's physical infrastructure and create jobs in the construction industry.
3. Cultural promotion: The European Capital of Culture title allowed Liverpool to showcase its cultural heritage and contributions to the arts, both locally and internationally with events such as a Beatles-themed Magical Mystery Tour and a series of walking tours that highlighted the city's role in the transatlantic slave trade. This helped to raise the city's profile and promote its cultural offerings to a global audience.
4. Community engagement: The year-long celebration also brought together diverse communities in Liverpool and encouraged civic engagement. The title helped to foster a sense of pride and unity among residents, and promoted social cohesion and cultural diversity.
5. Legacy impact: The benefits of Liverpool's designation as the European Capital of Culture have continued beyond 2008. The city's cultural scene has continued to flourish, and the legacy of the title can be seen in the ongoing investment in cultural infrastructure and programs.

Overall, visitor satisfaction with Liverpool as a tourist destination improved across a wide range of measures. Visitors from the region, the UK as a whole and internationally rated the city more highly than in 2006 and than other benchmark towns and cities.

Views on Liverpool remained far more positive than on other cities and rose between 2006 and 2008, with 99% of respondents feeling positive about the 'general atmosphere' (compared to 91% in 2006 and 89% in other cities) and 97% feeling positive about the 'feeling of welcome' (compared with 88% in 2006 and 87% in other cities).

Local opinion of Liverpool in the period 2005 to 2008 was generally positive, with around 60% of people having a very positive impression of Liverpool (remaining more or less

the same over the Liverpool ECoC period) and those with a negative opinion remaining at around 5% of the total population. Good things about Liverpool were felt to be the people (60%), followed by buildings, the waterfront, nightlife and museums and galleries. In 2008 there was a significant rise in the percentage of local people who mentioned both shopping and that Liverpool was 'an interesting place, with lots to do'. The ECoC title as a spontaneous response rose consistently year on year from 4% in 2005 to 10% in 2008.



Figure 5.27. Liverpool Capital of Culture in 2008.

Source: The Guardian, 2009

5.4 PRODUCCIÓN MUSICAL DE LA CIUDAD

En el capítulo 5.1 dábamos cuenta de cómo el turismo relacionado con los Beatles ofrece válidas muestras de algunas de las muchas formas en que la música contribuye a la producción, oferta cultural y promoción de la ciudad de Liverpool, lo que constituye un claro indicativo de que el papel de la música en la industria turística puede ser extenso, variado y significativo. En primer lugar, la música influye regularmente en la imagen del lugar, lo que contribuye a modelar las formas en que las personas identifican, categorizan y representan los lugares. Esto puede incluir grabaciones de música, bandas sonoras de películas y vídeos, el uso de música en publicidad o presentaciones de música en vivo. Para ciudades como Liverpool y Nueva Orleans, la música ha estado ligada a su imagen y distinción durante algún tiempo, y ha habido varios debates sobre estilos musicales particulares y artistas elegidos para promoverlos. Como cultura popular, la música es un recurso particularmente poderoso y accesible en la producción del lugar.

La capacidad peculiar de la música para afectar o articular el estado de ánimo y la atmósfera y, en consecuencia, para activar la imaginación, contribuye a las experiencias de las personas de los lugares y las actitudes hacia ellos, y esto ocurre en una multitud de formas y contextos diferentes. Los sonidos e imágenes musicales se producen, comercializan y distribuyen de diversas formas a través de una variedad de medios, y se consumen a través de rutinas y rituales cotidianos, o a través de eventos u ocasiones especiales. La música constituye así un foco o marco para la práctica social, y establece, mantiene y transforma las relaciones sociales. Por estas y otras razones, la música es muy valorada por las personas de Liverpool, como lo es en muchos otros lugares, y los

escritores y periodistas a menudo señalan que la música representa la esencia, el alma o el espíritu de un lugar. Para algunas personas, la música actúa como un medio públicamente aceptable de expresar ideas y emociones que no se expresan tan fácilmente a través de otros medios, lo que puede hacer de la música un recurso particularmente valioso en la producción social, sensual y simbólica del lugar y la subjetividad local.

La música puede ser el foco del turismo, como lo es para los fanáticos de los Beatles que viajan a Liverpool; pero la música también juega un papel social, simbólico, sensual y material más general en el proceso de venta de lugares. La música es el alma de Liverpool. Es el latido del corazón de la ciudad: la música está en el corazón de lo que distingue a Liverpool y lo hace especial.

En 2015, Liverpool fue designada Ciudad de la Música por la UNESCO, pero el título simplemente confirmó lo que mucha gente ya sabía: es y siempre ha sido una ciudad de la música.

Pero esta Ciudad de la Música es mucho más que su patrimonio. Liverpool tiene una escena musical floreciente en una ciudad que está llena de talento musical. Solo hay que mirar sus festivales de música que reflejan el estatus internacional de Liverpool y la rica historia del puerto. Algunos ejemplos de festivales son: Africa Oyé (el festival de música africana más grande de Europa), el Festival Irlandés de Liverpool que refleja su fuerte conexión irlandesas, el Festival de Artes Árabes, Sound City, Fusion, el festival de reggae de Positive Vibration y Psych Fest, por nombrar solo algunos.

Como hemos querido dejar claro a lo largo de este proyecto, los Beatles son, con diferencia, los exportadores musicales más famosos de la ciudad. Y es que desde que se dieron a conocer se han llevado a cabo un sinnúmero de festivales en su nombre; a continuación se presenta cada uno de estos festivales:

- International Beatleweek Festival 1977

La historia de la Beatleweek se remonta a 1977, cuando se celebró la primera convención de los Beatles en Liverpool en el club de Mr Pickwick en Fraser Street, cerca de London Road.

Organizado por el principal operador turístico de Liverpool, Cavern City Tours, el Festival Internacional Beatleweek anual celebra la música del grupo de pop más famoso que el mundo haya conocido. Y todo sucede en el lugar donde todo comenzó: Liverpool.

Hay tanto que hacer y ver que no es necesario ser un fanático de los Beatles para disfrutar del festival. Este es verdaderamente un evento internacional con bandas de más de 20 países y fanáticos de más de 40.

Además de conciertos en vivo, hay exhibiciones, venta de recuerdos, oradores invitados, programas de vídeo, recorridos turísticos y una convención.

Se realizó un cambio importante en el año 2018 cuando el programa Beatleweek se ajustó de seis días principales a cuatro, aunque el festival aún presenta siete días de música en diferentes lugares de la ciudad.

La Beatleweek de 2018 fue un gran éxito, y el evento de 2019 se ha convertido en el evento de ventas más rápidas en la historia del festival.

Durante sus 38 años de historia, la Beatleweek se ha llevado a cabo en una gran cantidad de lugares en Liverpool, incluidos los teatros Cavern, State Ballroom, Olympia, Empire y Royal Court, Alma de Cuba, Grand Central Hall, St Peter's Church en Woolton y la Catedral de Liverpool, así como en el Hotel Adelphi.

Durante todos estos años ha recibido a decenas de invitados con vínculos especiales con los Beatles y su época. Entre ellos se incluyen The Quarrymen, Pete Best, Donovan,

Charles Lennon, la hermana de John Lennon Julia Baird, Mike McCartney, Louise Harrison, o la secretaria de Brian Epstein Beryl Adams.

El evento anual también ha atraído a los mejores autores y biógrafos de los Beatles del mundo, incluidos Ray Coleman, Philip Norman, Mark Lewisohn y Barry Miles.



Figura 5.28. Beatleweek Festival celebrado en 2018.

Fuente: Visit Liverpool, 2018

- Mathew Street Festival 1994

Hasta 1993 se celebraba la Convención de los Beatles. Sin embargo, a partir de esa fecha, se introdujo un nuevo concepto: la Convención de los Beatles de dos días fue reemplazada por un evento de un día y el segundo día se organizó una fiesta callejera en Mathew Street. Con un apoyo considerable de la prensa local, el Mathew Street Festival inaugural fue un gran éxito y atrajo a más de 20.000 personas a las calles, durante siete horas de música a cargo de 65 bandas procedentes de todo el mundo. Cavern City Tours Ltd fue elegido Tour Operador del Año de Merseyside en 1993 y Mathew Street Festival ganó el galardón de Evento del Año.

Este éxito permitió a Cavern City Tours garantizar la financiación adecuada para el Mathew Street Festival de 1994, lo que hizo posible que el área del festival aumentara de tamaño, incorporando grandes escenarios al aire libre organizados por las dos principales emisoras de radio locales. El resultado fue que, en 1994, 71 bandas en 19 lugares diferentes actuaron ante más de 42.000 personas. El Mathew Street Festival parecía así estar firmemente establecido como un evento anual que se fortalecía y recibía una gran cantidad de apoyo.



Figura 5.29. Mathew Street Festival en 1994

Fuente: Liverpool Echo, 2015

- Liverpool International Music Festival 2012

El Liverpool International Music Festival (LIMF), anteriormente conocido como Liverpool Mathew Street Music Festival, es un evento que se lleva a cabo anualmente en el Sefton Park de Liverpool. Tiene lugar cada verano y fue durante un tiempo el mayor evento musical gratuito de Europa, aunque desde 2018 se ha convertido en un evento de pago con entrada.

Establecido en 2012, el Festival Internacional de Música de Liverpool está organizado por Culture Liverpool.

Aunque los Beatles no son el único foco del festival, su influencia en la escena musical de Liverpool se reconoce y celebra a través de varios eventos y actuaciones. Por ejemplo, en 2019, LIMF presentó un día "inspirado en los Beatles", que incluyó una actuación especial de Bootleg Beatles, una banda tributo que ha estado interpretando la música de los Beatles durante más de treinta años.

Además de los Beatles, LIMF presenta una gran variedad de géneros musicales, que incluyen música pop, rock, hip-hop, electrónica y del mundo, y exhibe artistas locales e internacionales. El festival también ofrece oportunidades para que los artistas emergentes actúen y se expongan ante un público más amplio.



Figura 5.30. Liverpool International Music Festival en 2019.

Fuente: Liverpool Echo, 2019

- Sevilla Beatlefest 2023

Hemos venido hablando de varios festivales que se celebran o se han celebrado en Liverpool y que tienen relación con los Beatles. El fenómeno Beatle es tan internacional que podemos encontrar diferentes festivales o exposiciones sobre ellos a lo largo del año y a lo largo del globo.

En esta ocasión es la capital hispalense la que acoge este evento de gran envergadura. El 'Beatlefest' será el mayor y más ambicioso evento en torno a los músicos de Liverpool celebrado hasta el momento a escala global. Esta fiesta que tendrá lugar del 26 al 29 de octubre de 2023 aglutinará toda una programación de actividades consagrada a este fenómeno y a una comunidad que no deja de engrosar nuevos miembros. Para tal ocasión, se reunirá a expertos y familiares de los componentes del grupo en una celebración en la que no faltarán conciertos, tanto al aire libre como en salas sevillanas.

Están previstos encuentros con personajes próximos a los Beatles, como la londinense Patricia Anne Pattie Boyd, la primera esposa de George Harrison. 'Beatlefest' contará también con la presencia de diversos expertos, como el historiador inglés Mark Lewisohn, el músico, diseñador y fotógrafo alemán Klaus Voormann, o incluso un experto de talla mundial en autógrafos de los Beatles.

5.4.1 Eurovisión 2023

Del 9 al 13 de mayo de 2023, Liverpool albergará uno de los eventos musicales más esperados del mundo: el Festival de la Canción de Eurovisión. Y para maximizar la exposición de la región, la ciudad ha lanzado un variado programa de eventos con temática de Eurovisión.

El primer paso para comprender el impacto del festival en la industria del turismo y convertir el evento en un activo de marketing de destino ha sido medir la cantidad de personas esperadas. La sede de este año, el Liverpool Arena, es un estadio cubierto de 11.000 asientos dentro del complejo ACC Liverpool, que alberga conciertos y eventos deportivos. PredictHQ, una de las organizaciones internacionales de análisis de eventos más conocidas, pronostica que tanto las entradas de las dos semifinales como la final se agotarán.

El gasto total estimado solo el día de la final (13 de mayo), calculado utilizando los datos patentados de PredictHQ, enriquecidos con indicadores económicos locales y datos de socios, será de aproximadamente \$914,467.

Sin embargo, la final y las semifinales de Eurovisión no son los únicos eventos a los que asistirán los fanáticos de Eurovisión en Liverpool. El EuroFestival de este año, que comienza el 1 de mayo y se extiende hasta el 14 de mayo, ofrecerá una variedad de eventos culturales como conciertos, exhibiciones y espectáculos, incluidas colaboraciones entre artistas del Reino Unido y Ucrania. Además, según PredictHQ, se esperan más de 25.000 personas en EuroVillage, la zona de fans oficial de Eurovisión, durante todo el período de celebración del concurso.

Sin duda, el festival atraerá visitantes a Liverpool, su región circundante y el área del norte de Gales. La BBC informa de que los organizadores esperan un impacto de £30 millones en la economía local.

Tan pronto como se anunció la ciudad anfitriona, los precios de los hoteles subieron de £450 a £8,000 por noche. Esto llevó a muchos visitantes a quedarse en las regiones

vecinas donde los precios no aumentaron tanto, lo que impulsó el turismo en todo el norte del Reino Unido. Los viajeros prefieren hoteles de 4 estrellas y están dispuestos a gastar más de 200€ por noche.

El Festival de la Canción de Eurovisión será una excelente oportunidad para exhibir la ciudad británica y, finalmente, dar a las autoridades una idea de si el evento tuvo un impacto positivo en la reputación y la imagen de Liverpool entre los viajeros.

Los eventos son una excelente manera de aumentar la visibilidad de un destino, especialmente si están bien preparados y administrados. Pueden ayudar a generar nuevos puestos de trabajo, aumentar las ganancias para todas las partes interesadas y ampliar las oportunidades comerciales durante todo el año, no solo durante los períodos tradicionales de mayor afluencia turística.



Figura 5.31. EurovisionVillage en Pier Head.

Fuente: Liverpool Echo, 2023

CAPÍTULO 6. LA HERENCIA DE LOS BEATLES EN LIVERPOOL Y SU IMPACTO EN EL SECTOR ECONÓMICO Y CULTURAL

Este capítulo se ha desarrollado apoyándonos en el informe encargado por el alcalde de Liverpool Joe Anderson OBE en 2015. El objetivo de la comisión que lo llevó a cabo fue el de proporcionar una base de evidencia a partir de la cual se pudieran desarrollar políticas y acciones para maximizar el valor del patrimonio de los Beatles para la ciudad de Liverpool.

6.1 IMPACTO ECONÓMICO

La evaluación del impacto económico identificó cuatro medidas de desempeño económico:

- Impacto directo de las actividades específicas de los Beatles: se calcula una facturación de 39 millones de libras esterlinas y 690 puestos de trabajo en 2014.
- Impacto indirecto: el grado en que los negocios relacionados con los Beatles benefician a los proveedores locales, calculado en una facturación total de 15,64 millones de libras esterlinas y 276 puestos de trabajo en la ciudad en 2014.
- Impacto catalítico: los efectos catalíticos de la actividad de los Beatles consisten en los beneficios del turismo relacionado con los Beatles o aquellos asociados con el valor de la marca de los Beatles, como las ganancias de imagen y reputación, que se calculan en 155 millones de libras esterlinas en facturación, lo que proporciona empleo a 5020 personas.
- Impacto neto de las actividades de los Beatles: las cifras del impacto directo, indirecto y catalítico se ajustaron luego para permitir estimar los beneficios económicos que se habrían materializado de todos modos, aquellos que han beneficiado a otras partes de la región de la ciudad y la economía en general, aquellos que han afectado negativamente a otros negocios y los efectos colaterales del gasto en otras partes de la economía local. A partir de esto, el equipo estimó que el impacto neto del legado de los Beatles en 2014 fue una facturación de 81,9 millones de libras esterlinas y 2335 puestos de trabajo.

6.2 IMPACTO CULTURAL

El análisis del sector cultural identificó un conjunto de cuestiones que deben abordarse o reconocerse en cualquier nueva política o acción de la ciudad de Liverpool:

- La calidad, autenticidad y estatus global de la 'marca' de los Beatles es clave para mantener su valor económico identificado por el proyecto.
- Se considera que la oferta actual aborda la mayoría de las necesidades tanto de los entusiastas dedicados de los Beatles como de los visitantes más generales de la ciudad.

- Las mejoras en varias áreas podrían ayudar a desarrollar la oferta actual: por ejemplo, la mejora de los espacios públicos relacionados con los Beatles.
- Una mayor coordinación entre las principales partes interesadas por la oferta de los Beatles en la ciudad, tanto públicas como privadas, podría ayudar a maximizar el rendimiento económico y proporcionar una base para la estrategia colectiva en todos los aspectos de la oferta.

CONCLUSIONES

Los Beatles han tenido un enorme impacto en la industria cultural y turística de Liverpool, y la ciudad ha aceptado su asociación con la banda de muchas maneras. Desde recorridos por las casas de la infancia de los Beatles y los famosos estudios de grabación hasta museos e instalaciones de arte, Liverpool ofrece una gran cantidad de oportunidades para que los fanáticos de los Beatles exploren el legado de la banda y se sumerjan en la rica historia musical de la ciudad.

A lo largo del trabajo pudimos constatar cómo Liverpool atravesó en la década de 1960 un cambio social y económico significativo. La ciudad estaba atravesando un período de remodelación de la posguerra, con la limpieza de barrios marginales y la construcción de nuevos desarrollos de vivienda y estaban ocurriendo cambios en la base económica que se traducían en nuevas oportunidades de empleo. A pesar de estos desafíos, Liverpool en 1960 era una ciudad vibrante y dinámica, llena de energía y creatividad. Los Beatles y otros innovadores musicales de la ciudad ayudaron a colocar a Liverpool en el escenario mundial, y su legado continúa siendo celebrado y disfrutado por visitantes y residentes por igual.

Los Beatles también han contribuido a dar forma a la identidad de Liverpool como ciudad, y la importancia cultural de la banda se refleja en la designación de la ciudad como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 2004, así como en su elección como Capital Europea de la Cultura en 2008. Además, la música de los Beatles continúa plenamente vigente, inspirando e influyendo en las nuevas generaciones de artistas, y su legado ha ayudado a consolidar la reputación de Liverpool como centro de creatividad e innovación.

El hecho de que Liverpool se esté tomando tan en serio el legado de los Beatles cincuenta años después de que tocaran por última vez en su ciudad (y cuarenta y cinco años después de que el grupo se disolviese) es evidencia del impacto cultural continuo y la relevancia cultural presente de los Beatles. Si entendemos la resiliencia y la naturaleza de este atractivo, estamos en mejores condiciones para planificar un compromiso más completo y cohesivo con la necesidad de explorar y representar ese legado en una oferta para los visitantes y una oferta para los ciudadanos. Los Beatles han tenido un impacto significativo en el turismo, no solo en Liverpool sino en todo el mundo. La música y el legado de la banda siguen atrayendo a millones de visitantes cada año, quienes vienen a explorar los lugares donde vivieron, trabajaron y actuaron los Beatles, así como a experimentar y gozar de su producción musical y aportación artística.

Bibliografía

- A Hard Day's Night Hotel. <https://www.harddaysnighthotel.com/>
- All Accor Live Limitless Ibis.
<https://all.accor.com/geoloc/selectdisplayzone/index.en.shtml>
- Barrow, T. (1993). *Brian Epstein's Secret Hideaway*. In *The Beatles Book*. London: Beat Publications Ltd.
- Booking Beatles Apartment. <https://www.booking.com/hotel/gb/daytripper-apartment.es.html>
- Brabazon, Tara. (1993). "From Penny Lane to Dollar Drive: Liverpool Tourism and Beatle-led Recovery". *Public History Review* 2.
- CBS News. (2014). *A taste of Beatlemania in the 1960s*.
<https://www.cbsnews.com/video/a-taste-of-beatlemania-in-the-1960s/>
- City Centre Planning Group. (1965). *Liverpool City Centre Plan*. Liverpool: Liverpool Letterpress.
- Cohen, Sara. (1997). *More than the Beatles: Popular music, Tourism and Urban Regeneration*. London: Routledge.
- Cohen, Sara. (2007). *Decline, Renewal and the City in Popular Music Culture: Beyond the Beatles*. Aldershot, UK: Ashgate.
- Connell, John and Chris Gibson. (2003). *Sound Tracks: Popular Music, Identity, and Place*. London: Routledge.
- Connelly, Greg. (2007) "Testing Governance—A Research Agenda for Exploring Urban Tourism Competitiveness Policy: The Case of Liverpool 1980 – 2000." (84–114).
- Du Noyer, Paul. (2002). *Liverpool: Wondrous Place*. London: Virgin.
- Fab 4 taxi tour. <https://fab4taxitours.com/>
- FREETOUR. <https://www.freetour.com/es/liverpool/all-you-need-is-beatles-tour>
- García, Beatriz. (2019). *Impacts 08: The Liverpool Model*.
<http://www.beatrizgarcia.net/2008/03/04/2005-2010-impacts-08-the-liverpool-model-european-capital-of-culture-research-programme/>
- Graj, Simon. (2012). *The Beatles: The Brand Behind the Band*. Forbes.
<https://www.forbes.com/sites/simongraj/2012/06/25/the-beatles-the-brand-behind-the-band/?sh=df35a8218d8c>
- Grose, Thomas K. (1997). "Britain Rocks (not Stonehenge)." *U.S. News & World Report: Outlook*.
- Inglis, Ian. (2010). "I Read the News Today, Oh Boy": *The British Press and the Beatle*." (549–562).

- Jurga. (2023). *The Beatles in Liverpool: 9 top places*. <https://fullsuitcase.com/the-beatles-liverpool/>
- Kruse, Robert J., II. (2005). "The Beatles as Place Makers: Narrated Landscapes in Liverpool, England." *Journal of Cultural Geography*. (87–114).
- Leaver, David, and Ruth A. Schmidt. (2009). "Before They Were Famous: Music-based Tourism and a Musician's Hometown Roots." *Journal of Place Management and Development* 2.3: (220–229).
- Leigh, Spencer. (1984). *Let's go down the Cavern. The story of Merseybeat phenomenon*. London: Vermilion.
- Leigh, Spencer. (2012). *The Beatles in Liverpool*. London: Omnibus Press.
- Lewis, David. (2010). *The Beatles Liverpool Landscapes*. Derby, UK: DB Publishing.
- Liverpool City Council. (2015). *Beatles heritage in Liverpool and its economic and cultural sector impact*.
- Liverpool Echo and Evening Express. (1964). "That Fabulous US Tour: Readers Say 'Well Done'".
- Liverpool Record Office: Central Library, Liverpool. (1961). "Lord Mayor's Correspondence Relating to the Beatles and Other 1960s Beat Groups."
- Marion, Leonard. (2013). *The "Lord Mayor of Beatle-land": Popular Music, Local Government, and the Promotion of Place in 1960s Liverpool, Popular Music and Society*.
- Mersey Partnership. (2009). *Liverpool City Region Visitor Economy Strategy to 2020*.
- Parkinson, Michael and Franco Bianchini. (1994). "Liverpool: A Tale of Missed Opportunities?" *Cultural Policy and Urban Regeneration: The West European Experience*. Manchester: Manchester UP.
- Press Association. (2003). *Liverpool named European Capital of Culture*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/society/2003/jun/04/communities.politicsandthearts1>
- Serrano, Alejandro. (2021). *Cómo no pasar nunca de moda: el éxito empresarial de la marca The Beatles 60 años después*. El Economista. <https://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/11201534/05/21/Como-no-pasar-nunca-de-moda-el-exito-empresarial-de-la-marca-The-Beatles-60-anos-despues.html>
- Shankland, Graeme. (1963). *Central Area Redevelopment: Two New Centres*. City and County Borough of Liverpool Planning Consultants Report No. 8, London.
- Stratton, Jon. (2007). "Do You Want to Know a Secret?": *Popular Music in Perth in the Early 1960s*."
- The Cavern Club Liverpool. <https://www.cavernclub.com/beatles-tours/>
- The Data appeal company. (2023). *Unlocking the power of major events for destination marketing: Eurovision 2023 case of study*. <https://www.datappeal.io/major-events-for-destination-marketing-eurovision-2023/>

Visit Liverpool. <https://www.visitliverpool.com/things-to-do/attractions-in-liverpool/the-beatles/>

Webster, Craig. (2016). *The twenty-first-century legacy of the Beatles: Liverpool and popular music heritage tourism*, *Journal of Heritage Tourism*.

Whiteley, Sheila, Andy Bennett and Stan Hawkins. (2005). *Music, Space and Place: Popular Music and Cultural Identity*. Aldershot, UK: Ashgate.

Zion, Lawrence. (1987). "The Impact of the Beatles on Pop Music in Australia: 1963- 66".

Anexo

Dentro de esta sección de Anexos me gustaría mencionar los datos recogidos en el capítulo 5.3 Liverpool European Capital of Culture sobre la satisfacción de los visitantes con Liverpool como destino turístico. Los resultados de esta sección provienen de la Encuesta de evaluación comparativa de destinos de Liverpool, realizada por el Servicio de Investigación del Noroeste de Inglaterra (ENWRS), con datos comparativos de todo el Reino Unido proporcionados por Tourism Southeast. Las encuestas Destination Benchmarking están diseñadas para actualizar la información de encuestas anteriores sobre el perfil, el comportamiento y las opiniones de los turistas en Liverpool con el fin de identificar tendencias emergentes y compararlas con un grupo de otros pueblos/ciudades grandes. La recolección de datos se llevó a cabo de junio a octubre de 2008.

También esclarecer los datos aportados en la sección 5.4.1 Eurovisión 2023, respondiendo a la pregunta, ¿Cómo impactará Eurovisión en la economía y el turismo de Liverpool? Para responder a esta pregunta, The Data Appeal Company, junto con su socio de larga data PredictHQ, una de las organizaciones internacionales de análisis de eventos más conocidas, analizó las tendencias que tendrán lugar en la ciudad del 1 al 15 de mayo.