

La provincia se expande a Madrid con ‘Granada Music Hub’, la nueva marca creada para promocionar los festivales de música de la provincia

El presidente de la institución, Francis Rodríguez, y la alcaldesa de Granada, Marifrán Carazo, reconocen el potencial cultural de la provincia

miércoles 24 de enero 2024



El Patronato Provincial de Turismo de la Diputación de Granada ha creado una nueva marca de promoción turística y cultural para dar a conocer la extensa y variada oferta de festivales musicales existentes en la provincia. ‘Granada Music Hub’ se ha presentado en Madrid, coincidiendo con la celebración de Fitur, en una presentación con actuaciones de músicos granadinos en la sala Meeu Demo 3 de la estación de Chamartín.

Según ha explicado el presidente de la Diputación de Granada, Francis Rodríguez, el desarrollo de esta nueva marca surge de la necesidad de promocionar y sacar partido turístico y cultural a la “efervescente” escena musical granadina, con un enorme plantel de artistas consolidados, la constante aparición de grupos y solistas emergentes de gran nivel, y la existencia en toda la provincia de más de setenta festivales con música para todos los gustos y con capacidad, por sí mismos, para atraer visitantes: clásica, flamenco, folk, jazz, pop, rock, indie, techno, rap, trap, reguetón...

Rodríguez ha señalado que la primera tarea realizada por el Patronato para generar la marca ha sido la redacción de un completo censo de los festivales ‘vivos’ existentes en Granada, que han tenido ediciones pasadas y tienen continuidad al menos en 2024. Este censo ha dado lugar a un completo Calendario Anual y un Mapa Provincial de festivales que serán presentados en el transcurso del acto de Madrid.

El presidente ha detallado la estrategia que seguirá el Patronato para el desarrollo y promoción de un producto turístico y cultural en torno a la nueva marca con la creación de una nueva web que recogerá el censo, calendario y mapa de festivales, un workshop de comercialización del nuevo producto entre la oferta de festivales y potenciales compradores de turoperación; el diseño y ejecución de una campaña promocional en medios de comunicación de ámbito local y nacional, tanto generalistas como especializados; y la coordinación con la Dirección de los festivales de Granada para hacerlos partícipes del nuevo producto.

Por su parte, la alcaldesa de Granada, Marifrán Carazo, ha manifestado que “en nuestra ciudad, se encuentran lugares únicos, como la Alhambra, el Albaicín, sus calles y plazas. Todos ellos repletos de historia, donde además tenemos espacios y locales que con una gran personalidad que nos hacen disfrutar de los mejores conciertos” y ha subrayado que “la música se convierte en el hilo conductor que une nuestro pasado y futuro. Siendo un derroche de sonoro y una experiencia mágica en todos los sentidos. Es un pilar fundamental en el desarrollo de la cultura, y en Granada, es más que eso: es parte de nuestra esencia, de nuestra identidad. Es por eso que, con orgullo y entusiasmo, anunciamos que la música será uno de los cimientos principales de nuestro proyecto para el futuro: Granada, Capital Europea de la Cultura 2031”.

En este sentido, Carazo ha añadido que “Granada ha albergado festivales emblemáticos: El Festival Internacional de Música y Danza de Granada, que según el informe del Observatorio de la Cultura se convierte en la entidad musical más importante de Andalucía, subiendo 10 puestos en el ranking regional ‘Lo mejor de la Cultura de 2023’. Donde además se consolida como una de las cuatro instituciones más destacadas de España en el ámbito de la música clásica y la danza. Todo se suma a la Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes. Sin duda es el gran referente musical de Granada”, resaltando que “no podemos olvidar, que tenemos la suerte de poder disfrutar del también veterano Festival de Jazz que ha llenado nuestras calles con notas desenfadadas y ritmos fascinantes”.

SABOR GRANADA

El acto ha estado conducido por los presentadores granadinos Claudina Mata, diseñadora de moda y reportera de televisión, y Arturo García, exlíder de la banda Cecilia Ann y coordinador de la edición sur de la revista musical MondoSonoro. El momento central ha sido la proyección de un vídeo que narra el proceso creativo de la génesis de la marca y que, con imágenes de festivales de Granada, divulga el potencial musical y cultural de la provincia. El evento ha

contado con tres actuaciones: el guitarrista Juan Habichuela Nieto, encargado de representar la tradición flamenca; el grupo Arena Polar, ganador del concurso 'Emergentes Granajoven 2023' convocado por el Ayuntamiento de Granada, que ha mostrado el potencial de los jóvenes creadores; y la formación Carmencita Calavera, que ha aportado su rock animado de frontera.

Además, el DJ Bigote ha amenizado con música electrónica el preludio y cierre, en el que los asistentes que han disfrutado de los productos gastronómicos ofrecidos por la marca Sabor Granada de la Diputación. En concreto se ha llevado a cabo una promoción gastronómica a cargo de dos cocineros de prestigio de Granada: Chechu González, del restaurante María de la O, y Lola Marín, del Restaurante Damasqueros.

El acto de presentación de 'Granada Music Hub' en Madrid ha contado la presencia de organizadores de los festivales de música de Granada, promotores y gestores de eventos culturales de ámbito nacional, turoperadores y agentes de viaje especializados en turismo cultural, periodistas de medios de información general y especializada en música, influencers de redes sociales, artistas y representantes de la cultura.

Para crear la nueva marca, el Patronato convocó un concurso público al que concurrieron varias empresas y en el que resultó ganadora la propuesta 'Granada Music Hub', un nombre muy acertado que transmite de forma clara, concisa y atractiva la enorme cantidad, variedad y calidad de festivales musicales de la provincia y que se ve reforzado por el eslogan 'Territorio festival'. En el concepto, cada palabra aporta un significado específico: 'Granada', el lugar, una provincia vibrante y excepcional que representa cultura, historia, tradición, juventud, diversidad... 'Music' encarna la síntesis de estilos musicales diversos dentro de un espacio creativo. Y 'Hub' se traduce como un centro de conexión donde la diversidad se entrelaza; es el epicentro que reúne estilos musicales, zonas geográficas y expresiones artísticas, creando un punto neurálgico de intercambio musical y cultural.

El nombre está respaldado por un cuidado diseño gráfico basado en elementos geométricos y esquemáticos que representan las distintas comarcas turísticas de Granada, desde Sierra Nevada hasta la Costa Tropical; símbolos e iconos que idealizan los estilos musicales de Granada, desde el flamenco hasta la música indie y electrónica, y una paleta de colores con toques psicodélicos que refleja el clima festivo de Granada: rojos intensos para la pasión musical, amarillos cálidos para el sol diurno, verdes frescos para la naturaleza, rosas suaves para el atardecer y azules profundos para las noches estrelladas. Esta imagen gráfica permite adaptaciones a diferentes soportes, como carteles, banderolas, entradas, identificaciones, mupis, bolsas y lanyards.