

FACULTAD DE MARKETING  
Y GESTIÓN



GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

TRABAJO FIN DE GRADO

“EL IMPACTO SOCIAL Y CULTURAL DE LAS  
BANDAS DE MÚSICA EN LA SEMANA SANTA DE  
MÁLAGA Y SU DEPENDENCIA DE ELLA”

Autor: Jorge Javier Ramírez Martínez

Tutor: Benjamín del Alcázar Martínez

Septiembre de 2025

## **DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD**

Yo, Jorge Javier Ramírez Martínez con DNI 26513588Q, declaro:

Que este Trabajo Fin de Grado que presento para su evaluación y, en su caso, defensa, es original y que todas las fuentes utilizadas para su realización han sido debidamente citadas en el mismo.

Málaga, a 09 de septiembre de 2025

Firmado: Jorge Javier Ramírez Martínez

## **TÍTULO EN CASTELLANO**

### **El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella.**

## **RESUMEN**

La Semana Santa de Málaga constituye uno de los eventos culturales y religiosos más relevantes de Andalucía, con una notable repercusión social y cultural. En este contexto, las bandas de música procesional desempeñan un papel central, no solo como acompañamiento sonoro, sino también como generadoras de identidad, cohesión social y atractivo turístico.

El presente Trabajo de Fin de Grado analiza de manera integral el impacto de estas formaciones musicales en la Semana Santa malagueña, a través de un enfoque metodológico mixto que combina entrevistas en profundidad con directores, presidentes y compositores, junto con encuestas dirigidas tanto a músicos como al público general.

Los resultados muestran que las bandas son percibidas como auténticos productos culturales y espacios de socialización, cuya principal motivación es artística y tradicional, más que económica o religiosa.

Asimismo, se constata su papel como agentes de transmisión patrimonial y embajadoras culturales de la ciudad. Del mismo modo, se confirma su estrecha dependencia de la Semana Santa, al constituir esta la principal vía de financiación y de visibilidad pública. En el plano emocional, destacan por su capacidad de generar experiencias intensas de orgullo, pertenencia y devoción, en línea con los enfoques de marketing experiencial y emocional.

## **PALABRAS CLAVE**

Semana Santa de Málaga – Bandas de música – Impacto cultural – Marketing experiencial – Mercados culturales

## **INDICE**

|           |   |           |
|-----------|---|-----------|
| <b>1.</b> | <b>INTRODUCCIÓN .....</b>   | <b>1</b>  |
| <b>2.</b> | <b>MARCO TEÓRICO.....</b>   | <b>5</b>  |
| 1.        | Conceptos Clave de la Investigación de Mercados .....                             | 5         |
| 2.1.      | Tipología de las agrupaciones musicales de la Semana Santa malagueña.....         | 7         |
| 2.2.      | Impacto económico y social de la Semana Santa .....                               | 11        |
| 2.4.      | Marketing emocional, cultural y experiencial relacionado con el evento. ....      | 12        |
| <b>3.</b> | <b>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>   | <b>14</b> |
| 3.1.      | Fuentes de datos utilizadas .....   | 15        |
| 3.2.      | Recolección y análisis de datos. ....   | 16        |
| 3.3.      | Técnicas de análisis de datos .....   | 17        |
| <b>4.</b> | <b>ANÁLISIS TEMÁTICO DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS.....</b>                       | <b>18</b> |
| 4.1.      | Percepción del impacto económico en las bandas de música.....                     | 22        |
| 4.2.      | Percepción del impacto cultural de las bandas de música procesional.....          | 25        |
| 4.3.      | La dimensión emocional de las bandas de música procesional.....                   | 28        |
| 4.4.      | Evaluación del papel de las bandas de música en la Semana Santa malagueña.....    | 32        |
| 4.5       | Comparaciones y hallazgos clave del estudio cualitativo .....                     | 34        |
| <b>5.</b> | <b>RESULTADOS DE ANÁLISIS CUANTITATIVO .....</b>                                  | <b>36</b> |
| 5.1.      | Resultados estadísticos del cuestionario a músicos de bandas de Semana Santa..... | 36        |
| 5.2.      | Resultados estadísticos del cuestionario dirigido a la ciudadanía .....           | 42        |
| <b>6.</b> | <b>DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....</b>   | <b>46</b> |
| 6.1.      | Relación de los Resultados con el Marco Teórico .....                             | 48        |
| 6.2.      | Aportaciones del Estudio a la Investigación de Mercados Culturales.....           | 50        |
| 6.3.      | Síntesis de los Hallazgos Principales de la Investigación .....                   | 51        |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>7. CONCLUSIONES .....</b>   | <b>52</b> |
| 7.1. Respuestas a los objetivos planteados .....   | 52        |
| 7.2. Recomendaciones Prácticas para Bandas, Cofradías e Instituciones .....  | 54        |
| Recomendaciones para las bandas de música .....  | 55        |
| Recomendaciones para cofradías y hermandades .....   | 55        |
| Recomendaciones para instituciones públicas y culturales.....  | 56        |
| 7.3. Propuestas de Líneas Futuras de Investigación .....   | 56        |
| <b>Bibliografía .....</b>  | <b>58</b> |
| <b>Anexos .....</b>  | <b>61</b> |
| Anexo 1. Guía de Entrevista Semiestructurada a Responsables de Bandas de Música y<br>Extractos Relevantes de las Entrevistas. .... | 61        |
| Anexo 2. Cuestionarios utilizados en la investigación.....   | 70        |
| Anexo 2.1. Cuestionario dirigido a músicos de bandas de Semana Santa.....  | 70        |
| Anexo 2.2. Cuestionario dirigido a la población general .....  | 72        |
| Anexo 3. Resultados Cuantitativos del Cuestionario a Músicos de Bandas .....   | 75        |



## 1. INTRODUCCIÓN

### Contexto y Justificación

La Semana Santa de Málaga es una de las celebraciones religiosas más emblemáticas de Andalucía, destacando por su profundo arraigo histórico, riqueza artística y relevancia social y económica. Desde sus orígenes en el siglo XV, tras la conquista de la ciudad por los Reyes Católicos en 1487, las cofradías y hermandades han sido pilares fundamentales en la configuración de esta festividad, evolucionando con el tiempo hasta convertirse en un fenómeno cultural de gran magnitud (Torres, 2010).

A diferencia de otras ciudades, en Málaga los pasos procesionales son conocidos como "tronos", caracterizados por su imponente tamaño y elaborada ornamentación. Estos tronos son portados por los "hombres de trono", quienes, con esfuerzo y devoción, recorren las calles de la ciudad durante la Semana Santa. La singularidad de estos tronos, junto con la participación activa de las hermandades y la comunidad, confiere a la Semana Santa malagueña una identidad propia dentro del panorama nacional.

La existencia de la Agrupación de Cofradías de Semana Santa de Málaga, que fue fundada en 1921, supone un papel crucial en la organización y coordinación de las procesiones, así como en la preservación de las tradiciones y el patrimonio asociado a esta celebración.

A día de hoy, la Semana Santa de Málaga no solo es una manifestación de fe, sino también un motor económico significativo para la ciudad. Estudios recientes de la Cátedra de Estudios Cofrades de la Universidad de Málaga señalan que la actividad cofrade genera un impacto económico considerable,

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

contribuyendo al desarrollo del turismo, la hostelería y otros sectores relacionados (Cátedra de Estudios Cofrades, 2024).



### **¿Por qué este estudio concreto acerca de las agrupaciones musicales?**

La Semana Santa de Málaga, entre sus múltiples componentes, las agrupaciones musicales tienen un papel crucial en la configuración del ambiente de las procesiones. A pesar de su importancia, existe poca investigación académica que explore el impacto social y cultural, especialmente desde la perspectiva de quienes participan directamente, como los propios músicos.



Se pretende abordar esta carencia examinando el papel, el significado y la influencia de las bandas de música durante la Semana Santa en la ciudad de Málaga. Vamos a poner el foco en comprender cómo estas bandas contribuyen



---

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

no solo al valor artístico del evento, sino también a la cohesión social, la identidad local y la dinámica económica de Málaga.

A través de las perspectivas de los distintas personalidades gubernamentales de agrupaciones musicales malagueñas, además de poder contar también con la visión acerca de la semana santa de la ciudad de compositores de los más destacados en el ámbito de la música procesional contemporánea en España, esta investigación ofrece una aproximación cualitativa y cuantitativa a una tradición profundamente arraigada en la cultura de la ciudad, destacando cómo la música sirve tanto como expresión espiritual como forma de compromiso social.

Mi objetivo en este estudio es examinar el impacto social y cultural de las agrupaciones musicales en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella, poniendo en valor su papel en la creación del ambiente procesional, su contribución al fortalecimiento de la identidad local y la cohesión social, así como su influencia en el desarrollo económico de la ciudad. A través de una aproximación tanto cualitativa como cuantitativa, se busca comprender el significado profundo de estas formaciones dentro de una de las tradiciones más emblemáticas de la cultura malagueña.

## **Estructura del trabajo**

Este Trabajo de Fin de Grado se organiza en varias secciones que permiten abordar de manera integral el estudio del impacto de las agrupaciones musicales en la Semana Santa de Málaga. La estructura propuesta es la siguiente:

### **1. Introducción al Estudio**

Este apartado presenta el contexto general de la Semana Santa en Málaga, destacando su importancia como fenómeno cultural y social, así como el papel



---

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

fundamental que desempeñan las bandas de música procesional en su desarrollo. Se justifica la pertinencia del estudio atendiendo a la escasa atención académica que ha recibido el impacto social y cultural de estas formaciones musicales. Finalmente, se expone un resumen de la metodología empleada en la investigación.

## **2. Objetivos del Estudio**

A continuación, se formulan los objetivos que guían el trabajo:

### *Objetivo general*

Analizar el impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga, prestando especial atención a su papel dentro de las hermandades, su percepción por parte de la ciudadanía y su contribución al patrimonio inmaterial de la ciudad.

### *Objetivos específicos*

- Examinar el origen y evolución histórica de las bandas de música en el contexto cofrade malagueño.
- Identificar las funciones sociales que desempeñan estas agrupaciones dentro y fuera del ámbito procesional.
- Analizar la percepción que tiene la población general sobre la presencia de bandas durante la Semana Santa.
- Valorar el papel de las bandas como agentes de transmisión cultural y formativa entre los jóvenes.
- Estudiar la relación entre las hermandades y las bandas en términos organizativos y simbólicos.

## **3. Marco Teórico**

Revisión de conceptos clave sobre bandas musicales cofrades, la Semana Santa como fenómeno cultural y turístico, y estudios previos sobre su impacto económico y social.



#### **4. Metodología**

Se describe el enfoque descriptivo y exploratorio, las técnicas de recogida de datos (entrevistas y encuestas) y los métodos de análisis cualitativo y cuantitativo.

#### **5. Resultados**

Presentación del análisis de los datos obtenidos, perfil de los participantes y percepción del papel e impacto de las bandas en la Semana Santa malagueña.

#### **6. Discusión**

Interpretación de los resultados en relación con el marco teórico y contraste con estudios previos. Se destacan las aportaciones al ámbito de los mercados culturales.

#### **7. Conclusiones y Recomendaciones**

Síntesis de hallazgos, respuesta a los objetivos planteados y propuestas prácticas para bandas, cofradías e instituciones, así como sugerencias para futuras investigaciones.

## **2. MARCO TEÓRICO**

### **1. Conceptos Clave de la Investigación de Mercados Investigación Descriptiva y Exploratoria**

Mi estudio se enmarca en estos dos enfoques:

- Exploratoria, porque aborda un tema poco estudiado (el papel de las bandas de música en la Semana Santa desde una perspectiva integral).
- Descriptiva, al buscar conocer percepciones, comportamientos y características del público y de los músicos.



---

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

## **2. Segmentación del Mercado Cultural**

Identificación y análisis de los distintos públicos implicados (músicos, cofrades, asistentes, turistas, autoridades culturales), entendidos como “segmentos de mercado” que interactúan con la oferta cultural de la Semana Santa.

## **3. Percepción del Valor**

Evalúo cómo los diferentes públicos perciben el valor emocional, artístico, social y simbólico que aportan las bandas de música a las procesiones, clave para entender su rol dentro de la “experiencia del evento”.

## **4. Marketing Experiencial y Emocional**

Concepto fundamental en eventos culturales y religiosos. Analiza cómo la música cofrade genera emociones, identidad colectiva y sentido de pertenencia, elementos que influyen directamente en la satisfacción y fidelización del público.

## **5. Producto Cultural y Marca Ciudad**

La Semana Santa de Málaga se interpreta como un producto cultural complejo, en el que las bandas aportan un valor diferencial. Además, se relaciona con el concepto de marca ciudad, ya que contribuyen a proyectar una imagen cultural y turística de Málaga.

## **6. Demanda Cultural**

Se estudia la participación activa y pasiva del público, incluyendo músicos, espectadores y turistas. Analizar esta demanda permite entender la viabilidad social y económica de mantener o mejorar el papel de las bandas.

## **7. Satisfacción del Participante**

Evaluar la satisfacción de los músicos y del público ayuda a medir el éxito del evento desde una óptica de gestión cultural y mejora continua.



## 2.1. Tipología de las agrupaciones musicales de la Semana Santa malagueña.

En Málaga, una de sus festividades más importantes es la Semana Santa que se celebra en esta ciudad. Su tradición, su cultura, su importancia religiosa... son algunos de los atributos fundamentales que envuelven este evento y lo llenan de valor. Dentro de esta festividad, la música juega un papel fundamental, ya que acompaña al paso de los tronos y genera experiencias de cofradía a los espectadores o devotos que participan en la Semana Santa.

Dentro de las distintas formaciones musicales que acompañan a los pasos encontramos varios tipos, como:

**Bandas de música:** Formadas por instrumentos de viento y percusión (clarinetes, flautas, saxofones, trompetas, tubas, tambores, etc.), son habituales en la Semana Santa de Málaga. A diferencia de otras ciudades andaluzas, aquí acompañan tanto a los tronos de Cristo como a los de la Virgen. Es por esto que Málaga se convierte en un caso singular dentro del panorama cofrade andaluz, donde la convivencia de distintos tipos de formaciones en ambos cortejos enriquece notablemente la experiencia sonora de su Semana Santa.



El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

**Agrupaciones Musicales:** Similares a las bandas de música, aunque con una mayor presencia de instrumentos de viento metal, especialmente cornetas, trompetas y trombones, y una percusión más marcada. Suelen acompañar a



los **pasos de misterio**, que representan escenas de la Pasión de Cristo, como la oración en el huerto, el prendimiento o la crucifixión. Estos pasos tienden a tener una ambientación más dramática y narrativa.

**Bandas de cornetas y tambores:** Caracterizadas, como su nombre indica, por el protagonismo de las cornetas y la percusión. Suelen acompañar a los pasos de misterio, aunque en Málaga es frecuente que también abran el desfile procesional en numerosas hermandades, marcando el ritmo de la comitiva desde el inicio.



**Música de Capilla:** Se interpreta por grupos muy reducidos formados por un trío o cuarteto de instrumentos de viento madera (oboe, clarinete, fagot) principalmente, e incluso a veces, ese trío o cuarteto puede estar formado por metales graves (bombardino, trompa o tuba) aunque son menos frecuentes.



Estos son los tipos de formaciones musicales más habituales en la Semana Santa malagueña e incluso podríamos decir que de Andalucía en general.



El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

## La Semana Santa de Málaga como producto cultural y turístico.

La Semana Santa malagueña se ha consolidado como un producto cultural y turístico de gran relevancia, integrando tradición, arte y espiritualidad en un *producto cultural y turístico* que atrae tanto a residentes como a visitantes nacionales e internacionales.



## Tipologías de las formaciones musicales

Las bandas y agrupaciones cofrades pueden clasificarse según distintos criterios: tipo de instrumentos, función en el desfile o tradición histórica. Por ejemplo, existen bandas de música completas, compuestas por instrumentos de viento y percusión, que acompañan tanto a los pasos de palio como a los tronos de Cristo. También hay agrupaciones más pequeñas, centradas en cornetas y tambores, que suelen abrir el desfile procesional o acompañar exclusivamente los pasos de misterio.

### Tipologías de formaciones musicales



### **Dimensiones e implicaciones culturales y sociales**

Más allá de su tipología, estas formaciones tienen importantes implicaciones culturales, sociales y económicas. Su presencia contribuye al impacto económico de la Semana Santa, fomenta la participación comunitaria y refuerza la identidad local. Este análisis se desarrolla con mayor detalle en los apartados siguientes, centrados en el impacto turístico y económico.

### **Impacto turístico**

Desde el punto de vista turístico, la Semana Santa es uno de los eventos más significativos de Málaga. La ciudad experimenta una alta ocupación hotelera, con picos que alcanzan el 100% durante los días más señalados. Los visitantes, atraídos por la singularidad de las procesiones y la riqueza cultural del evento, dinamizan el sector turístico, beneficiando a la hostelería, el comercio y los servicios locales (Ayuntamiento de Málaga, 2023).



### **Relevancia económica**

El impacto económico de la Semana Santa en Málaga es considerable. Estudios recientes estiman que genera un impacto económico directo de aproximadamente 253,72 millones de euros, y que al considerar los efectos indirectos e inducidos, el impacto total asciende a cerca de 393,99 millones de euros. (Cátedra de Estudios Cofrades, 2023)

Las cofradías y hermandades desempeñan un papel clave en esta dinámica, financiándose principalmente con recursos propios y destinando una parte

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

significativa de su presupuesto a la adquisición y conservación del patrimonio (Cátedra de Estudios Cofrades, 2024).



## 2.2. Impacto económico y social de la Semana Santa

### Impacto económico de la Semana Santa en Málaga

Un estudio reciente de la Universidad de Málaga cifró en 393,9 millones de euros el impacto económico total de la Semana Santa de 2023, lo que supone un incremento del 283% respecto a 2018 (Cátedra de Estudios Cofrades, 2024). Esta cifra incluye tanto el gasto directo de los visitantes como el impacto indirecto sobre la economía local.

Por otro lado, la actividad interna de las hermandades y cofradías generó un impacto adicional de 39,7 millones de euros durante 2024 (Cátedra de Estudios Cofrades, 2024), confirmando que el fenómeno cofrade no solo es un atractivo turístico, sino también un motor económico estable y creciente.

### Distribución del gasto cofrade

En cuanto a la distribución del gasto de las cofradías, un estudio de la UMA señala que el 27,3% se destina a la adquisición de nuevo patrimonio y el 26,7% al mantenimiento del ya existente. El 18% restante se emplea en la



---

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

organización de las procesiones, incluyendo acompañamiento musical, cera y flores (Cátedra de Estudios Cofrades, 2024).

Además, se destaca que el 80% de la financiación de las cofradías proviene de recursos propios, como cuotas de hermanos o actividades organizadas durante el año. Solo un 11,3% procede de la Agrupación de Cofradías y un 8,8% de subvenciones o donaciones externas (Cátedra de Estudios Cofrades, 2024).

### **Impacto en el empleo y la economía social**

La llamada “industria cofrade” genera el equivalente a 328 empleos a tiempo completo al año, con un total de 8,6 millones de euros en salarios. El 54% de estos empleos son ocupados por hombres y el 83% corresponde a trabajadores asalariados (Cátedra de Estudios Cofrades, 2024).

El estudio también destaca que esta actividad produce una renta disponible de 13,85 millones de euros en Málaga, afectando a más de 20 sectores económicos, desde la confección de túnicas y bordados hasta la logística, floristería o restauración (Cátedra de Estudios Cofrades, 2025).

## **2.4. Marketing emocional, cultural y experiencial relacionado con el evento.**

### **Marketing emocional: Conectar a través de las emociones**

Durante la Semana Santa, las marcas y organizaciones buscan establecer vínculos emocionales con el público, apelando a sentimientos de tradición, comunidad y espiritualidad. Este enfoque permite que las campañas publicitarias resuenen más profundamente con las audiencias, generando una conexión más auténtica y duradera (PuroMarketing, 2024).

Además, las emociones desempeñan un papel crucial en la toma de decisiones de compra durante esta festividad. Las empresas aprovechan este periodo para



El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

lanzar campañas que evocan nostalgia, pertenencia y espiritualidad, influenciando así el comportamiento del consumidor (UCEPCol, 2025).

### **Marketing cultural: preservando y promoviendo la identidad**

La Semana Santa es una expresión cultural que refleja la identidad y las tradiciones locales. El marketing cultural se encarga de resaltar estos aspectos, promoviendo la riqueza patrimonial y fomentando el orgullo comunitario. Las hermandades y cofradías utilizan estrategias de comunicación para destacar su historia, arte y valores, fortaleciendo así su presencia y relevancia en la sociedad (Bizkaia, 2010).

Asimismo, la gestión cultural efectiva permite que estas organizaciones se adapten a los cambios sociales y tecnológicos, asegurando la continuidad y evolución de las tradiciones sin perder su esencia (Bizkaia, 2010).

### **Marketing experiencial: creando vivencias memorables**

El marketing experiencial se centra en ofrecer experiencias únicas que involucren activamente al público. Durante la Semana Santa, esto se traduce en actividades que permiten a los asistentes vivir la celebración de manera más inmersiva, como visitas guiadas, talleres o interacciones digitales. Estas iniciativas no solo enriquecen la experiencia del usuario, sino que también fortalecen el vínculo emocional con la festividad (Quaxar, 2024).

Además, las redes sociales juegan un papel fundamental en la difusión de estas experiencias, permitiendo que los participantes compartan sus vivencias y amplifiquen el alcance de las actividades (Cristòfol et al., 2025)



### 3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

#### **Investigación exploratoria**

La investigación exploratoria se ha utilizado para obtener una comprensión inicial de un tema poco estudiado o del que existe escasa información.

En este estudio, la fase exploratoria se ha llevado a cabo mediante entrevistas semiestructuradas a expertos y actores clave relacionados con el fenómeno en estudio. Estas entrevistas han permitido recopilar información cualitativa, identificar áreas de interés y establecer las bases para el diseño de instrumentos de recolección de datos más estructurados.

#### **Investigación descriptiva**

La investigación descriptiva se ha empleado para especificar las propiedades y características del fenómeno estudiado, proporcionando una representación precisa y sistemática de la realidad observada.

Para ello, se han diseñado y aplicado dos encuestas estructuradas dirigidas a muestras representativas de la población objetivo. Las encuestas han permitido recopilar datos cuantitativos que, tras su análisis estadístico, han ofrecido insights significativos sobre las tendencias, opiniones y comportamientos relacionados con el tema de estudio.

#### **Integración metodológica**

La combinación de enfoques exploratorio y descriptivo ha enriquecido el proceso investigativo, permitiendo una comprensión holística del fenómeno. Mientras que la investigación exploratoria ha facilitado la identificación de aspectos clave y la formulación de preguntas relevantes, la investigación descriptiva ha proporcionado datos empíricos que respaldan y contextualizan los hallazgos cualitativos.



### 3.1. Fuentes de datos utilizadas

En este estudio se ha recurrido a tres fuentes principales de obtención de datos con el objetivo de asegurar una visión amplia, representativa y contextualizada del fenómeno investigado:

#### **Entrevistas semiestructuradas a personalidades de bandas de música**

Se realizaron entrevistas en profundidad a miembros destacados de diversas formaciones musicales vinculadas a la Semana Santa de Málaga. Entre los entrevistados se encuentran directores musicales, presidentes de asociaciones y fundadores de bandas, lo que ha permitido recopilar testimonios cualificados sobre la trayectoria, organización interna, visión artística y sostenibilidad económica de estas agrupaciones. (Anexo 1)

#### **Encuesta a músicos de bandas de Semana Santa**

Se diseñó un cuestionario cuantitativo dirigido a músicos activos de bandas procesionales. Esta encuesta permitió recoger datos sobre su experiencia, formación, participación en la Semana Santa, percepciones personales sobre el impacto cultural y económico de las bandas, así como sobre su implicación y motivaciones dentro del contexto cofrade. (Anexo 1)

#### **Encuesta al público general**

También se distribuyó un cuestionario entre asistentes a las procesiones y ciudadanos vinculados o no directamente con el mundo cofrade. El objetivo fue identificar la percepción del impacto social, emocional y cultural de las bandas de música durante la Semana Santa, así como evaluar el grado de conocimiento, valoración y sensibilidad del público respecto a estas formaciones. (Anexo 1)



### 3.2. Recolección y análisis de datos.

#### Recolección y análisis de Datos

La estrategia de recolección de datos en este estudio combina herramientas cualitativas y cuantitativas, dentro de un diseño metodológico mixto que permite una comprensión amplia y profunda del impacto cultural, económico y social de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga.

#### Diseño muestral y justificación

El diseño muestral ha sido de tipo no probabilístico intencional o por muestreo dirigido, adecuado para investigaciones exploratorias y descriptivas donde se busca información específica de grupos con experiencia directa en el fenómeno objeto de estudio.

#### Entrevistas:

Se seleccionaron mediante muestreo intencional a tres tipos de personalidades relevantes del ámbito musical cofrade (directores, gestores de bandas de música o grupos de capilla). La selección se justificó por su conocimiento profundo y representatividad geográfica dentro del contexto malagueño.

#### Encuesta a músicos:

Se aplicó a una muestra de **162 músicos** pertenecientes a distintas formaciones que participan activamente en la Semana Santa de Málaga. El objetivo fue conocer su perfil sociodemográfico, experiencia, nivel de compromiso y percepción sobre el papel de las bandas en la economía y cultura local.

#### Encuesta al público general:

Se recogieron respuestas de **66 ciudadanos**, tanto cofrades como asistentes ocasionales a las procesiones. Aunque el tamaño de la muestra es limitado, proporciona información suficiente para identificar tendencias y patrones de valoración social hacia las bandas de música, que ofrece un primer



acercamiento cuantitativo que puede complementarse con estudios futuros más amplios.

### 3.3. Técnicas de análisis de datos

#### 1. Análisis cualitativo

Para el análisis de las entrevistas que realicé a personalidades vinculadas al mundo de las bandas de música y grupos de capilla, utilicé la técnica del análisis de contenido temático.

Primero transcribí íntegramente las entrevistas y luego identifiqué unidades de significado que agrupé en categorías temáticas emergentes como: función cultural, percepción del público, sostenibilidad económica, repertorio e identidad artística. Apliqué un enfoque inductivo, dejando que los temas surgieran de forma natural del discurso, sin imponer categorías previas.

Gracias a este formato de obtener información me ha permitido captar valores simbólicos y subjetivos que enriquecen la interpretación de los datos.

#### 2. Análisis cuantitativo

En cuanto a las encuestas diseñadas por mí tanto a músicos como al público general, realicé un tratamiento de los datos mediante herramientas de estadística descriptiva.

Analicé frecuencias, porcentajes, medias y relaciones entre variables categóricas a través de tablas cruzadas. Elaboré gráficos de barras y de sectores para visualizar de forma clara los resultados más relevantes. Este análisis me ha permitido cuantificar aspectos clave como la valoración de las bandas por parte del público, el nivel de conocimiento sobre la música procesional o el impacto económico percibido.



El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

Gracias a esta metodología mixta me ha permitido triangular los datos, enriquecer la interpretación de los resultados.

## 4. ANÁLISIS TEMÁTICO DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS

Las entrevistas realizadas a diversos actores del ámbito musical cofrade en Málaga nos ofrecen un panorama completo sobre el papel, evolución e impacto de las bandas de música en la Semana Santa.

A continuación, muestro el perfil de los entrevistados.

### 1. Responsables de bandas de música

- **Adrián Gaona Román**, director musical y responsable administrativo de la banda de la Esperanza de Málaga. Compagina funciones artísticas y logísticas, y destaca por su visión global del funcionamiento interno de una banda.
- **José Antonio Martín García (Pochi)**, presidente de la Banda Cruz del Humilladero. Con décadas de implicación, aporta una mirada institucional, pedagógica y cultural muy completa.
- **Jorge Jurado**, responsable de relaciones institucionales de la Banda de Música "Maestro Eloy García" de la Archicofradía de la Expiración. Representa el perfil de gestor con experiencia tanto musical como en comunicación con hermandades.





El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

- **Juan Manuel Parra (Juanma)**, director musical de la Banda vinculada a la Cofradía de Mena. Aporta un perfil académico: es docente de conservatorio, musicólogo y director de orquesta.



- **Gabriel López Muñoz (Gabi)**, presidente de la Banda Arunda de Ronda. Con varios años en el cargo, representa la vertiente más organizativa del trabajo de una formación.



## 2. Representantes de otras formaciones musicales

- **Jaime Gómez Salguero**, integrante de la capilla musical CAELI, representa a los tríos de capilla, una formación más recogida y con una función musical solemne. Su testimonio aporta una visión alternativa al modelo de banda clásica y subraya la importancia de la autenticidad sonora en este tipo de formaciones.



## 3. Compositores

- **David Hurtado y Cristóbal López Gándara** son dos compositores con amplio reconocimiento en el panorama de la música procesional. Aunque no pertenecen directamente a bandas malagueñas, han compuesto numerosas obras para cofradías de la ciudad, lo que les permite tener una visión externa pero informada sobre el estilo, evolución de las bandas de Málaga.

A través de sus testimonios, emergen varios temas clave.



- **Fundación y trayectoria**

Prácticamente todos los entrevistados relatan la fundación de sus bandas como respuesta a una necesidad local: bien por el impulso de una cofradía, como en el caso de la banda de Mena o la de la Esperanza, o como continuación de proyectos anteriores, como ocurrió con Arunda en Ronda tras la disolución de la banda municipal. En todos los casos, la creación fue recibida con entusiasmo y apoyo institucional o popular, y con una clara orientación hacia la Semana Santa desde el origen.

- **Formación y estructura**

Las bandas muestran un fuerte compromiso con la formación musical. La mayoría dispone de escuelas propias o procesos de formación interna que permiten a músicos jóvenes integrarse progresivamente. Aunque el grado de profesionalización varía, se destaca una cultura de enseñanza exigente, donde se forman tanto aficionados como futuros músicos profesionales. En formaciones como la Capilla CAELI, incluso se preserva una estructura instrumental original, lo que evidencia un compromiso con la autenticidad sonora.

- **Repertorio y criterios musicales**

El repertorio es un eje central en la identidad de cada banda. La mayoría combina marchas clásicas y contemporáneas, buscando un equilibrio entre tradición y actualidad. Compositores como Cristóbal López Gándara y David Hurtado destacan cómo la estética sonora de Málaga les influye al componer, y que, aunque algunas bandas siguen modas, otras buscan una personalidad definida. En muchas entrevistas se subraya la importancia de asesorar a las cofradías en la selección de marchas para mantener la coherencia estilística.

- **Relación con hermandades**

La relación entre bandas y cofradías se describe como estrecha y colaborativa. Las hermandades suelen ser quienes contactan a las bandas, lo que indica que



el prestigio y la calidad de estas son reconocidos. Aunque hay cambios de contratos por factores cíclicos o de competencia, muchas bandas mantienen vínculos duraderos. En varios casos, se mencionan renovaciones anuales con cláusulas de libertad mutua, como ocurre en la Cruz del Humilladero, buscando relaciones honestas y flexibles.

- **Impacto económico**

La Semana Santa representa la principal fuente de ingresos para casi todas las bandas entrevistadas, llegando en algunos casos a suponer hasta el 70 % del presupuesto anual. A pesar de ello, muchas bandas no reciben apoyo institucional directo, dependiendo de la cofradía o de conciertos benéficos. El coste de movilizar una banda puede alcanzar cifras elevadas, y la estabilidad financiera se logra, en gran medida, gracias a la fidelidad de las hermandades y socios.

- **Proyección cultural y social**

Existe un consenso sobre el papel sociocultural de las bandas. Se las considera escuelas vivas de música que ofrecen una alternativa educativa y cultural a los jóvenes. Más allá de lo musical, se destaca su capacidad para fomentar el compromiso, el esfuerzo colectivo y la identidad local. Los directores entrevistados muestran orgullo al representar a Málaga dentro y fuera de la ciudad, especialmente en momentos emblemáticos como una procesión en Roma o actuaciones en Sevilla.

- **Hitos y reconocimientos**

Las bandas han vivido momentos memorables que han marcado su trayectoria: conciertos en lugares emblemáticos, primeras salidas en Semana Santa o galardones recibidos por su labor cultural. Aunque no todos cuentan con premios oficiales, consideran como principal reconocimiento el hecho de seguir creciendo, ser contratados y ver a nuevos músicos sumarse año tras año.



---

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

- **Evolución y desafíos de la música cofrade**

Los entrevistados ofrecen una mirada crítica pero optimista sobre la evolución del género. Por un lado, reconocen un notable aumento en la calidad musical y la profesionalización. Por otro, advierten del riesgo del fanatismo y de una excesiva espectacularización, que podría desvirtuar el sentido original de la música cofrade. La mayoría expresa su deseo de preservar el recogimiento, el simbolismo y la autenticidad que caracterizan esta tradición.

#### **4.1. Percepción del impacto económico en las bandas de música**

El impacto económico que generan y reciben las bandas de música en el contexto de la Semana Santa malagueña se presenta como uno de los pilares fundamentales para su supervivencia y crecimiento.

- **Semana Santa como principal fuente de ingresos**

Una constante en los testimonios recogidos es que la Semana Santa constituye la principal vía de financiación para las bandas. Jorge Jurado lo resume claramente al afirmar: *"Las bandas tienen que sobrevivir, y lo único que da dinero como tal es la Semana Santa... el resto del año, pues la banda tiene diversas actuaciones, pero la base principal de la financiación de la banda es la Semana Santa."* Esta declaración revela no solo una realidad económica, sino también una lógica de programación musical: muchas bandas deben orientar su calendario, repertorio y ensayos a las exigencias de este período, porque es el que garantiza recursos suficientes para mantener el proyecto.

José Antonio Martín García, presidente de la banda de la Cruz del Humilladero, también confirma esta dependencia, aunque matiza que se han diversificado: *"Con lo que sacamos de Semana Santa sufragamos lo que hacemos en conciertos, actuaciones, viajes. Todo lo demás es muy limitado."*



Juanma, director de la Banda de Mena, lo explica desde el punto de vista logístico: *“Mover una banda como la nuestra cuesta miles de euros. Solo un autobús ya es un gasto importante. Sin Semana Santa, no podríamos asumir esa estructura.”*

- **Costes operativos y gestión económica interna**

El funcionamiento de una banda supone una infraestructura compleja: alquiler de locales, adquisición y mantenimiento de instrumentos, compra de partituras, uniformes, seguros, transporte, entre otros. Gabi, presidente de la Banda Arunda de Ronda, enfatiza el esfuerzo de sostenibilidad: *“Nosotros pagamos local, luz, agua, material escolar... y eso sin contar que muchos músicos necesitan instrumentos que no pueden comprar. La Semana Santa nos da oxígeno para aguantar el resto del año.”* Por tanto, el impacto económico se percibe también en términos de costes evitados para las familias gracias a la autofinanciación. Esta labor implica una gestión casi empresarial por parte de los responsables, que deben equilibrar ingresos irregulares con gastos fijos mensuales.

- **Ausencia de apoyo institucional**

Otro tema recurrente en las entrevistas es la falta de subvenciones o reconocimiento económico por parte de las administraciones públicas. A pesar del papel que juegan en el tejido cultural de la ciudad, muchas bandas no reciben financiación más allá de lo aportado por las cofradías contratantes. Adrián lo expresa de manera clara: *“Aquí nadie te da una ayuda por enseñar música o por sacar a 80 chavales de la calle para que ensayan tres días a la semana. Nosotros lo hacemos porque creemos en esto, pero apoyo, lo que se dice apoyo, hay muy poco.”* Este abandono institucional contrasta con el valor social que aportan. Las bandas se ven obligadas a buscar sus propios recursos mediante cuotas, rifas, conciertos solidarios y patrocinios pequeños, lo que exige un nivel de implicación que va mucho más allá de lo artístico.



- **Profesionalización versus voluntarismo**

Aunque todas las bandas entrevistadas están integradas mayoritariamente por músicos no profesionales, hay un reconocimiento de que muchas funciones exigen dedicación profesional. Esta tensión entre voluntariado y profesionalización también se refleja en lo económico. Jorge Jurado señala: *"Aquí no somos profesionales, pero organizamos como si lo fuéramos. Ensayos planificados, contratos, facturación, logística... y todo eso sin cobrar un euro, ni nosotros ni los músicos."* Este modelo híbrido implica que, aunque el sistema se sostiene con voluntariado, la profesionalización parcial (directores, profesores, solistas) debería retribuirse con estabilidad. En la práctica, muchas veces se compensa con pequeñas gratificaciones simbólicas o con el prestigio de participar en eventos importantes.

- **Repercusión económica externa: entorno y ciudad**

Más allá del funcionamiento interno, las bandas también reconocen su rol dinamizador de la economía local, especialmente durante la Semana Santa. La contratación de bandas implica el movimiento de decenas de personas (músicos, familiares, asistentes), lo que impacta positivamente en bares, alojamientos, transporte y comercio local.

Como dice Juanma: *"Una banda como la nuestra lleva 90 personas a la calle. Eso es gente que consume, que se mueve por la ciudad. Si lo piensas bien, cada banda genera un microimpacto económico en cada barrio por donde pasa."* Esto refuerza la idea de que las bandas no solo generan música, sino también actividad económica indirecta, muy subestimada por las autoridades.



## 4.2. Percepción del impacto cultural de las bandas de música procesional

### Una construcción desde las voces de directores, músicos y compositores

En el ecosistema cultural andaluz, las bandas de música procesional ocupan un lugar central. Más allá del sonido que acompaña a los pasos en Semana Santa, constituyen una red cultural viva, popular y profundamente enraizada en la identidad colectiva de sus comunidades. Las entrevistas realizadas a directores, presidentes, músicos y compositores evidencian cómo estas agrupaciones trascienden lo musical para convertirse en agentes de formación, memoria, participación y transformación.

### La banda como institución formativa y cultural

Los entrevistados coinciden en describir las bandas como espacios de enseñanza y crecimiento integral. Juanma, director musical de la Banda de Mena y profesor de conservatorio, explica: “*En nuestro caso tenemos una estructura pedagógica interna que permite formar a chavales desde cero. Empiezan con lenguaje musical y luego instrumento. Algunos llegan sin saber leer una nota y años después están tocando tras un trono con solvencia. Es una formación muy seria, pero cercana*”.

Esa dimensión educativa es una constante en todas las bandas entrevistadas. Jorge Jurado, responsable institucional de otra banda, señala que: “*No es solo que aprendan a tocar. Aquí aprenden a estar, a trabajar en equipo, a llegar puntuales, a respetar a sus compañeros. La banda es una microescuela de ciudadanía*”.

José Antonio Martín García (Cruz del Humilladero), con más de 40 años de experiencia, lo resume con claridad: “*Muchos chicos han pasado por la banda y nos dicen que fue la mejor etapa de su vida. Aquí se hacen amigos para siempre, se aprende a convivir. Y todo eso también es cultura*”.



---

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

Este rol formativo tiene un valor incalculable, especialmente en contextos donde el acceso a la educación artística formal es limitado. Como indica Gabi, presidente de la Banda Arunda: “*Somos la única vía realista para que un chaval de Ronda o de un pueblo aprenda música sin pagar 100 euros al mes. Aquí se lo damos todo a cambio de compromiso*”.

### Cultura popular y arraigo local

Las bandas entrevistadas son profundamente territoriales, no solo porque ensayan y actúan en determinados barrios o pueblos, sino porque representan a esas comunidades. José Antonio enfatiza que su banda no es solo una agrupación musical, sino una entidad social: “*Somos la voz de nuestro barrio. Tocamos en procesiones, sí, pero también en las fiestas del distrito, en el día de la Cruz, en eventos benéficos... La gente nos siente como suyos*”.

Gabi comenta que su banda nació cuando desapareció la agrupación municipal, y eso fue vivido como una pérdida cultural irreparable: “*No podíamos permitir que Ronda se quedara sin su banda. La música de Semana Santa no es solo religión, es cultura del pueblo, es memoria sonora*”.

### Preservación del patrimonio sonoro cofrade

El impacto cultural de las bandas también se percibe en su papel como guardianes del repertorio procesional. Los directores muestran una conciencia clara de su rol patrimonial. Juanma explica: “*Nosotros programamos marchas que no suenan desde hace décadas. Reeditamos obras olvidadas, contactamos con familias de compositores, recuperamos partituras manuscritas. Es un trabajo de archivo, casi de arqueología musical*”.

En la misma línea, Jorge Jurado comenta que para ellos no vale cualquier repertorio: “*Hay marchas que, aunque estén de moda, no encajan con la idiosincrasia de nuestra cofradía. Preferimos tocar una obra antigua que tenga sentido, que hable el mismo lenguaje que la imagen que acompañamos*”. Este compromiso con el repertorio tradicional convive con la apuesta por nuevas



---

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

composiciones de calidad, y aquí es donde entran los compositores entrevistados, que aportan una mirada externa pero profundamente conectada con la tradición.

### **La voz de los compositores**

Tanto David Hurtado como Cristóbal López Gándara, dos compositores referentes en el panorama procesional andaluz, han trabajado estrechamente con bandas malagueñas. Ambos coinciden en que la música cofrade vive un momento de renovación estilística, donde las bandas demandan obras más profundas y elaboradas. Hurtado destaca que: *“Hay bandas que ya no quieren solo ‘pelotazos’. Me piden marchas con alma, con sentido litúrgico, que puedan emocionar sin necesidad de trompetas estridentes. Eso es un síntoma de madurez cultural”*.

Cristóbal, por su parte, subraya que las bandas de Málaga están desarrollando una estética propia: *“Málaga tiene un carácter distinto. La elegancia, la sobriedad de muchas marchas, el cuidado con los solos de cornetas o saxos... Eso influye a la hora de componer. Intento adaptarme a ese ADN cuando escribo para ellos”*.

Ambos coinciden en que la música cofrade es un lenguaje identitario, no un producto de consumo. David lo expresa así: *“Componer para una banda es como escribir una carta a la ciudad. Estás dejando algo que se va a interpretar cada año, delante de miles de personas. Y eso te obliga a ser riguroso”*.

### **La banda como espacio emocional y cultural colectivo**

Más allá de su estructura, sus ensayos o sus repertorios, los entrevistados hablan de la banda como una comunidad de sentido, donde se construyen vínculos emocionales profundos. Adrián (Esperanza) dice: *“Esto es una familia. Hay quien ha entrado con 13 años y sigue con 30. Hemos pasado juntos bodas, nacimientos, pérdidas. La banda acompaña tu vida. Y eso es también cultura”*. Cada salida procesional es un acto simbólico, cargado de emoción, donde los



---

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

músicos no solo ejecutan notas, también aportan sentido al conjunto de la experiencia cofrade.

Jaime, de la capilla musical CAELI, lo explica desde su propio enfoque: “*Nuestra música no busca aplausos. Es música para rezar, para crear atmósfera. A veces nadie nos mira, pero cuando terminamos nos dan las gracias por ayudarles a vivir ese momento en silencio. Esa es nuestra misión*”.

### Difusión cultural y representación externa

Las bandas también se proyectan fuera de sus contextos inmediatos, llevando consigo su identidad sonora. Juanma cuenta con orgullo cómo su banda ha tocado en procesiones en Roma, Sevilla y Madrid: “*Cada vez que salimos fuera, representamos a Málaga. Y sentimos que no solo llevamos música, sino una forma de hacer las cosas, de vivir la Semana Santa*”.

Gabi añade que cuando su banda viaja, lleva consigo el nombre de Ronda, su acento, su historia: “*No somos solo músicos. Somos embajadores culturales*”.

### 4.3. La dimensión emocional de las bandas de música procesional

Las entrevistas realizadas a músicos, directores y compositores revelan con claridad que la música procesional es, ante todo, un modo de vivir la Semana Santa, una forma de estar en el mundo, y, en muchos casos, un refugio emocional y una fuente de identidad personal.

La vinculación emocional de los músicos con sus bandas es el eje principal de este fenómeno. En palabras de Jorge Jurado, responsable institucional de una banda de Málaga: “*Lo que tú ves en la calle en Semana Santa lleva gestándose desde la Semana Santa del año anterior. Es un año entero de ensayo, de sacrificio, de dejar atrás fines de semana, compromisos personales... Todo eso*



---

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

*para poder salir ese día y sonar bien. Y cuando lo consigues, es un subidón que no se puede explicar*". Esta declaración muestra cómo el proceso no se limita a una preparación técnica, sino que involucra un fuerte componente afectivo que se construye durante todo el año.

La mayoría de las bandas entrevistadas funcionan como espacios de socialización emocional, donde los músicos (muchos de ellos adolescentes o jóvenes), encuentran comunidad, apoyo, crecimiento y sentido de pertenencia. Gabi, presidente de la Banda Arunda de Ronda, lo define como: "*Una familia más que una banda. Aquí lloramos juntos, nos enfadamos juntos y celebramos juntos. Y eso une muchísimo*". En la misma línea, José Antonio Martín García, presidente de la Cruz del Humilladero, afirma que

*"Los chavales entran buscando tocar, pero al final se quedan por lo que sienten. Porque la música les hace bien, les construye como personas"*.

Estas palabras revelan que el impacto emocional no solo proviene de la música como arte, sino de la vivencia compartida que genera la comunidad.

Uno de los momentos más intensamente vividos por los músicos es la salida procesional. La calle se convierte en un escenario emocionalmente cargado, donde la ejecución musical se funde con el fervor religioso, el respeto a la imagen sagrada y la reacción del público. En ese sentido, Juanma, director de la banda de Mena y profesor de conservatorio, relata: "*Cuando se levanta el trono y empiezas a tocar esa primera marcha, se te eriza la piel. Da igual cuántos años lleves. Es como volver a empezar. Porque tú sabes que la gente está esperando ese momento todo el año. Y tú eres parte de ese momento. Es una responsabilidad muy bonita*". Esta frase resume bien cómo la emoción no solo se vive desde dentro, sino también desde el vínculo con el espectador.

Pero la intensidad emocional no se limita a la Semana Santa. Durante el resto del año, muchos músicos y directores desarrollan un fuerte apego a sus bandas que trasciende lo cofrade. Jaime, miembro de la capilla musical CAELI, que se especializa en un repertorio más recogido, reflexiona sobre ello: "*La música*



---

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

*sacra no es solo algo técnico o estético. Es una forma de recogimiento, de expresar lo que no se puede decir con palabras. Cuando suena una capilla, lo que se vive es una comunión emocional entre los músicos, el paso y la calle. Y eso es profundamente espiritual”.*

Los compositores entrevistados también ofrecen una perspectiva muy rica sobre el componente emocional de las bandas. Para ellos, componer para una banda no es simplemente un encargo profesional, sino un acto de empatía y de traducción emocional. David Hurtado reconoce que: “*Cuando una banda me pide una marcha, no solo estoy pensando en notas. Estoy pensando en esa imagen, en cómo la viven los músicos, en lo que sienten los costaleros y en lo que espera el público. Intento captar esa emoción colectiva y transformarla en música*”. Esta forma de componer subraya la sensibilidad del compositor ante las emociones compartidas.

Cristóbal López Gándara, por su parte, menciona en su entrevista que: “*Hay marchas que me han emocionado a mí mientras las escribía, porque conocía la historia detrás. Sabía que se hacían para una hermandad que había perdido a un hermano mayor, o para una Virgen que significaba mucho para un barrio. Eso se nota cuando la banda la interpreta. Los músicos no solo leen partituras, están contando una historia*”. Esta visión encaja perfectamente con lo expresado por músicos como Adrián, quien al hablar de momentos icónicos menciona la coronación de la Divina Pastora como: “*Un antes y un después para nosotros. Fue el día en que sentimos que todo lo que habíamos trabajado tenía sentido. Tocábamos y llorábamos. Literalmente*”.

La emoción también se vive en los desafíos: cuando una banda sufre bajas, pasa por problemas económicos o enfrenta la competencia de otras formaciones. En esos contextos, el compromiso emocional de los músicos es el que sostiene el proyecto. Como recuerda José Antonio: “*Ha habido años en los que no sabíamos si íbamos a salir, pero los chavales venían igual al ensayo, a veces sin uniforme, sin instrumento... solo por estar. Eso no tiene precio*”.



Es importante destacar que esta dimensión emocional se proyecta también hacia fuera. El público siente la música procesional como una extensión emocional de su fe, y los músicos son conscientes de ello. Gabi señala: *“Cuando tocamos detrás de un trono y vemos a una señora llorando en la acera, sabemos que estamos haciendo algo grande. Que no es solo tocar. Es acompañar, consolar, emocionar”*. Esta responsabilidad emocional es asumida con humildad, pero con mucha conciencia.

Incluso el desgaste emocional tiene su espacio. Algunos entrevistados admiten que el esfuerzo acumulado, la presión de sonar bien o las tensiones internas pueden generar momentos de agotamiento. No obstante, todos coinciden en que el amor por la música y por su banda prevalece. Como dice Juanma: *“Esto es como un matrimonio. Hay días buenos y malos, pero al final te quedas por lo que significa para ti”*.

Como hemos podido comprobar las bandas de música procesional son auténticos espacios de vivencia emocional. Para sus músicos, directores y compositores, son proyectos vitales en los que se depositan esperanzas, esfuerzo, recuerdos y vínculos. Su papel en la Semana Santa malagueña no se puede entender sin esta carga emocional que atraviesa cada ensayo, cada nota, cada calle recorrida. Y esa es, quizás, su contribución más duradera: generar emoción.



#### 4.4. Evaluación del papel de las bandas de música en la Semana Santa malagueña

Las entrevistas realizadas revelan de forma unánime que las bandas de música desempeñan un papel fundamental y multifacético en la Semana Santa de Málaga.

- **Vehículos de expresión religiosa**

Para muchos entrevistados, las bandas actúan como instrumento sonoro de fe. No se trata de música por entretenimiento, sino de una forma de oración, y acompañamiento espiritual. Así lo expresó Jaime, de la capilla musical CAELI: *“Tocar detrás de un trono no es hacer un concierto; es dialogar con lo sagrado. Cada nota debe tener sentido litúrgico”*. Este componente se percibe tanto en las bandas clásicas como en formaciones más recogidas, donde el respeto al sentido religioso de la Semana Santa es prioritario.

- **Potenciadoras de la estética procesional**

La presencia de una banda eleva el impacto visual y emocional de una procesión. La elección de una marcha, su intensidad o su tempo modifican la percepción del paso por parte del público. Como indica Juanma, director musical de Mena: *“Una buena marcha en el momento justo transforma la escena. Hay veces que la música hace que el trono parezca flotar”*. Los compositores, como David Hurtado o Cristóbal López Gándara, son conscientes de este poder. Hurtado afirma que: *“La música no acompaña, sino que realza, narra, da profundidad. La procesión no sería igual sin ese tejido sonoro”*.

- **Agentes de cohesión social**

Las bandas no solo son actores de la Semana Santa; son estructuras de convivencia y formación durante todo el año. La mayoría de los directores entrevistados coinciden en que su banda funciona como una comunidad educativa y afectiva. José Antonio, presidente de la Cruz del Humilladero, lo



---

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

resume así: “*Aquí no formamos solo músicos, formamos personas. Esto es una escuela de vida*”. Las bandas integran jóvenes de distintos barrios y contextos, y promueven valores como la responsabilidad, la disciplina y el trabajo en equipo.

- **Dinamizadoras económicas del ámbito cofrade**

También se reconoce el impacto económico directo de las bandas en el ecosistema de la Semana Santa. Contratar una banda supone un desembolso para las hermandades, pero también un impulso a su patrimonio artístico y su imagen pública. Por su parte, las bandas financian buena parte de sus actividades gracias a estos contratos, especialmente en Cuaresma y Semana Santa. Adrián (Esperanza de Málaga) lo deja claro: “*Sin la Semana Santa no podríamos sostener el proyecto. Es nuestro pulmón financiero*”. Así, las bandas forman parte de una cadena de valor donde se benefician tanto las formaciones musicales como las cofradías.

- **Portadoras y creadoras de patrimonio musical**

El papel patrimonial de las bandas es doble: conservan marchas tradicionales y, al mismo tiempo, favorecen la creación de nuevo repertorio. El testimonio de los compositores entrevistados lo corrobora. Cristóbal López Gándara menciona que: “*La mayoría de mis marchas para Málaga han sido encargos. Eso habla del interés de las bandas y hermandades por mantener viva la creatividad musical*”. Esta voluntad de encargar nuevas obras o recuperar estilos define a las bandas como agentes culturales activos, no meros intérpretes.

- **Representantes públicos de la ciudad**

Las bandas, además, ejercen un papel de embajadoras de Málaga y de sus cofradías. Algunas participan en procesiones fuera de la ciudad, en conciertos de gala o incluso en eventos internacionales. Gabi (Arunda de Ronda) destaca que: “*Cuando tocamos fuera, no vamos solo como músicos, sino como representantes de una forma de vivir la Semana Santa*”.



- **Factor emocional e identitario**

Por último, pero no menos importante, las bandas son focos de construcción identitaria y emocional. Como quedó demostrado en el análisis anterior, los músicos desarrollan una relación intensa con sus formaciones, que les aporta sentido de pertenencia y arraigo. Jorge Jurado afirmaba que: “*Una banda es muchas veces el corazón de un barrio, el orgullo de una generación de jóvenes que han crecido juntos tocando para su Virgen*”.

#### **4.5 Comparaciones y hallazgos clave del estudio cualitativo**

Tras analizar las entrevistas realizadas a diversos perfiles vinculados a las bandas de música (directores, presidentes, compositores e integrantes) se han identificado una serie de coincidencias fundamentales, así como diferencias reveladoras que permiten trazar una síntesis completa del fenómeno musical cofrade en Málaga y su entorno.

- **Unanimidad en el valor cultural y social de las bandas**

Uno de los hallazgos más consistentes es la percepción compartida del papel cultural y social de las bandas. Tanto formaciones veteranas como recientes coinciden en que las bandas son auténticas escuelas de vida, especialmente para jóvenes sin acceso fácil a la formación musical. Jaime (CAELI) y José Antonio (Cruz del Humilladero) insisten en que el impacto va más allá de lo musical: es un espacio educativo, emocional y comunitario. “*Aquí no formamos solo músicos, formamos personas*”, afirma José Antonio como ya cité anteriormente, resaltando el valor humano de estos colectivos.

- **Diferencias en estilo musical y perfil institucional**

Se aprecian diferencias claras entre bandas de plantilla clásica (cornetas y tambores, agrupaciones musicales, bandas de música) y otras más especializadas, como tríos de capilla. Estas diferencias no solo afectan al tipo



---

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

de repertorio, sino también a su relación con la Semana Santa. Mientras las bandas convencionales aspiran a profesionalizarse y proyectarse fuera de Málaga, formaciones como CAELI apuestan por la autenticidad, el recogimiento y la singularidad sonora.

En paralelo, la estructura institucional varía significativamente. Algunas bandas funcionan como asociaciones independientes (por ejemplo, Arunda en Ronda), otras están integradas en cofradías (como Mena) y otras operan bajo un **enfoque mixto** (como la banda de la Esperanza), lo que significa que, aunque dependen administrativamente de la Hermandad para ciertos aspectos logísticos y financieros, mantienen cierta autonomía en la gestión de conciertos, repertorios y contratación de músicos externos.

- **Disparidad en la percepción del apoyo institucional**

Varios entrevistados manifiestan una ausencia de apoyo estable por parte de las instituciones públicas, a pesar del impacto cultural que generan. Mientras compositores como David Hurtado reconocen el valor de las bandas malagueñas: “*Málaga tiene bandas con personalidad propia, y eso es un valor*”. Otros como Jorge Jurado lamentan que: “*A veces parece que hacemos esto solo por pasión, porque ayudas estables hay pocas*”.

- **Coincidencia en la centralidad emocional del músico**

Existe un consenso rotundo en la dimensión emocional del vínculo entre músicos y bandas. La vivencia musical va más allá de lo técnico: es parte de la identidad de quienes la practican. Las entrevistas muestran cómo el compromiso, la entrega y la conexión espiritual con la imagen procesionada son elementos esenciales del oficio. Tocan por fe, por familia, por pasión. Como dijo Adrián: “*La música en la calle es como una oración en movimiento*”.

- **Contraste entre bandas emergentes y consolidadas**

Las bandas consolidadas tienden a tener repertorios más amplios, vínculos estables con cofradías y estructuras más profesionalizadas, mientras que las



---

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

emergentes aún están en fase de consolidación y dependen más de contratos anuales y autofinanciación. Aun así, en ambas se observa un creciente interés por cuidar el repertorio y la formación interna.

- **Convergencia en la preocupación por el futuro**

A pesar del crecimiento artístico y social, todos los entrevistados manifiestan preocupación por ciertos riesgos, especialmente el exceso de espectacularización, la pérdida de identidad o la presión estética impuesta por redes sociales y modas externas.

David Hurtado alerta: “*Si convertimos la Semana Santa en un producto turístico más, perdemos el alma. Y las bandas son parte de ese alma*”

Por su parte, Cristóbal López Gándara considera que: “*Hay que buscar el equilibrio entre espectáculo y autenticidad. Que la emoción no se convierta en show vacío*”.

## 5. RESULTADOS DE ANÁLISIS CUANTITATIVO

### 5.1. Resultados estadísticos del cuestionario a músicos de bandas de Semana Santa

A continuación se presentan los resultados obtenidos del cuestionario realizado a un total de 162 músicos participantes en bandas de música que actúan durante la Semana Santa. El análisis se centró en la distribución de frecuencias de las principales variables recogidas en la encuesta.

#### Años de experiencia en bandas:

La variable relativa a la trayectoria en bandas indica que **79 personas (48,8 %) tienen más de 10 años de experiencia**, 41 participantes (25,3 %) se sitúan en



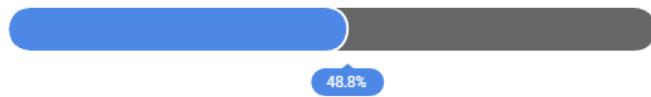
El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

el rango de 6 a 10 años, 33 encuestados (20,4 %) afirman tener entre 2 y 5 años, y 9 personas (5,6 %) llevan menos de 2 años tocando en bandas de Semana Santa. Se recopilaron 162 respuestas válidas para esta pregunta, sin datos perdidos (Tabla 2).

Gráfico 1. Duración de la membresía en as musicales.

### Duración de la membresía en bandas musicales

Más de 10 años



6-10 años



2-5 años



Menos de 2 años



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del cuestionario.

### Consideración religiosa personal:

La variable sobre la autodefinición religiosa del participante obtuvo 109 respuestas válidas: 86 personas (**78,9 %**) **se consideran religiosas** y 23 personas (**21,1 %**) **no se consideran religiosas**. Se registraron 53 casos (32,7 %) como valores perdidos (Tabla 4).

### Número de procesiones por Semana Santa:

La mayoría de los músicos participantes en la encuesta tocan en **más de cinco procesiones** durante la Semana Santa de Málaga (75,9%). Un grupo menor

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

participa entre **3 y 5 procesiones** (22,2%) y solo una pequeña parte lo hace en **1 o 2** (1,9%).

Gráfico 2. *Participación de músicos en procesiones de Semana Santa*



Fuente: *Elaboración propia a partir de datos del cuestionario.*

#### Pertenencia a una cofradía:

En cuanto a la afiliación a una cofradía, 106 encuestados (65,8 %) declararon pertenecer a alguna y 55 personas (34,2 %) no estar vinculadas a ninguna. Solo se detectó un valor perdido (Tabla 5).

#### Recepción de compensación económica:

Sobre la percepción de compensación económica por participar como músico en procesiones, 90 personas (**55,9 %**) indicaron que **sí** reciben compensación y 71 personas (44,1 %) que no reciben compensación. Se detectó un único caso sin respuesta (Tabla 6).

#### Motivaciones principales:

La motivación principal para participar en las bandas fue la cultural/artística con 74 respuestas (**45,7 %**), seguida de la tradicional/familiar con 28 casos (**17,3 %**), la económica con 25 respuestas (15,4 %) y la religiosa con 17

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

participantes (10,5 %). Las restantes 18 respuestas (11,1 %) correspondieron a motivaciones individuales con frecuencia inferior al 1 %, entre ellas “amistad”, “pasión” o “devoción”. No se registraron valores perdidos (Tabla 7).

Gráfico 3. Motivaciones para participar en bandas.



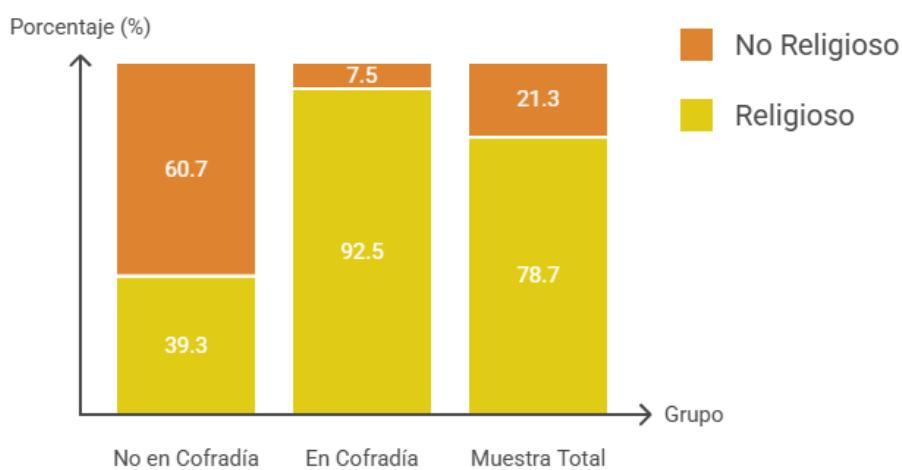
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del cuestionario.

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

### Relación entre religiosidad personal y pertenencia a una cofradía:

La tabla refleja que entre quienes no pertenecen a una cofradía, el 60,7% no se considera religioso y el 39,3% sí lo es (100%). En cambio, entre quienes sí pertenecen a una cofradía, el 92,5% se declara religioso y solo el 7,5% no (100%). En el total de la muestra, el 78,7% se considera religioso frente al 21,3% que no (100%).

Gráfico 4. Creencias religiosas de los músicos basadas en la membresía de cofradías

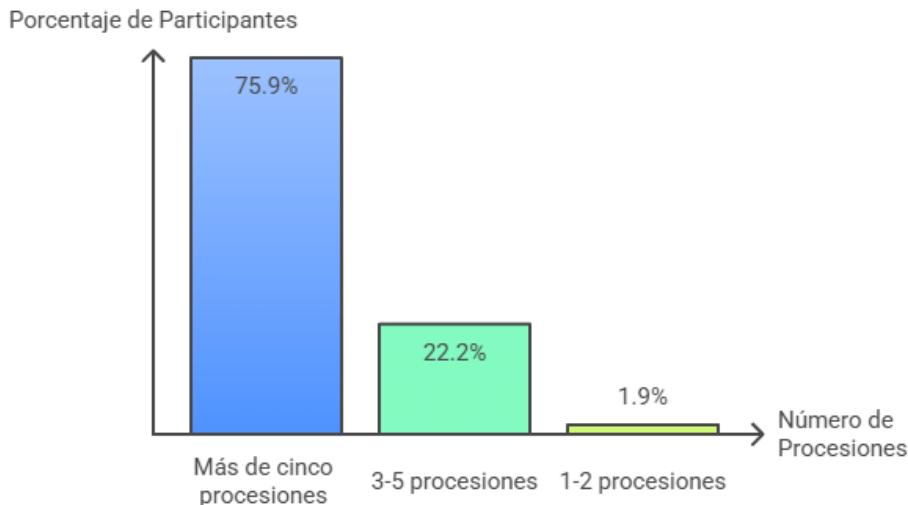


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del cuestionario.

### Comparación de medias según número de procesiones:

Se realizó una comparación de medias entre tres grupos de músicos según el número de procesiones en las que participan: 1–2, 3–5 y más de 5 procesiones. La mayoría de los músicos encuestados, un 75,9 %, participa en más de cinco procesiones, mientras que un 22,2 % participa en tres a cinco procesiones y solo un 1,9 % participa en una o dos procesiones.

*Gráfico 5. Participación de los músicos en procesiones durante Semana Santa*



### Participación en Procesiones

*Fuente: Elaboración propia a partir de datos del cuestionario.*

### Nube de palabras

Como complemento a los análisis cuantitativos, se incluyó una pregunta abierta en la que los músicos definieron su experiencia, en una palabra. A partir de estas respuestas se generó una nube de palabras, destacando términos vinculados con la emoción, intensidad y satisfacción personal, como pasión, maravillosa, única, gratificante, emocionante, desconexión, magia, especial y vida.

*Figura 1. Nube de palabras sobre la experiencia musical en una palabra*



Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)

Las respuestas se agruparon en categorías temáticas:

- **Pasional/emocional:** pasión, emocionante, emotiva, especial, mágica, intensa.
- **Placentera/positiva:** gratificante, maravillosa, divertida, satisfactoria.
- **Identidad/tradición:** vida, hermandad, tradición, esencial.
- **Sacrificio/exigencia:** sacrificio, agotadora, insomnio, compromiso.
- **Espiritual/simbólica:** devoción, alma, espiritual, inolvidable.

## 5.2. Resultados estadísticos del cuestionario dirigido a la ciudadanía

Se aplicó un cuestionario a 66 personas para conocer la percepción general sobre la Semana Santa de Málaga y el papel de las bandas de música,



---

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

incluyendo residentes locales, visitantes y quienes no asisten habitualmente. Las preguntas, mayoritariamente cerradas, permitieron un análisis estadístico cuantitativo (Tabla 19).

**Sexo de los encuestados:** 63,6 % hombres, 30,3 % mujeres y 6,1 % sin respuesta (Tabla 19).

**Residencia habitual:** 51,5 % no reside en Málaga ni asiste regularmente, 30,3 % vive en Málaga capital y 18,2 % visita la ciudad durante la Semana Santa (Tabla 20).

**Frecuencia de asistencia:** 40,9 % nunca asiste, 34,8 % ha asistido alguna vez, 16,7 % acude todos los años y 7,6 % casi todos los años (Tabla 21).

**Percepción sobre la música procesional:**

- 81,8 % considera la música imprescindible y 16,7 % importante pero no central (Tabla 22)
- 60,6 % acudiría principalmente por la música y las bandas (Tabla 23).
- 83,3 % prefiere procesiones con banda de música (Tabla 24).
- 92,4 % afirma que la música mejora significativamente la experiencia (Tabla 25).
- 54,5 % declara que la música influye en su decisión de asistir (Tabla 26).
- Respecto a elegir una procesión por la banda: 34,8 % muchas veces, 27,3 % alguna vez y 37,9 % nunca (Tabla 27).

**Valoración del papel de las bandas:**

- 62,1 % las considera imprescindibles, 31,8 % importantes pero no esenciales, 4,5 % secundarias y 1,5 % prescindibles (Tabla 28).
- 84,8 % cree que las bandas generan turismo y beneficios económicos (Tabla 29).

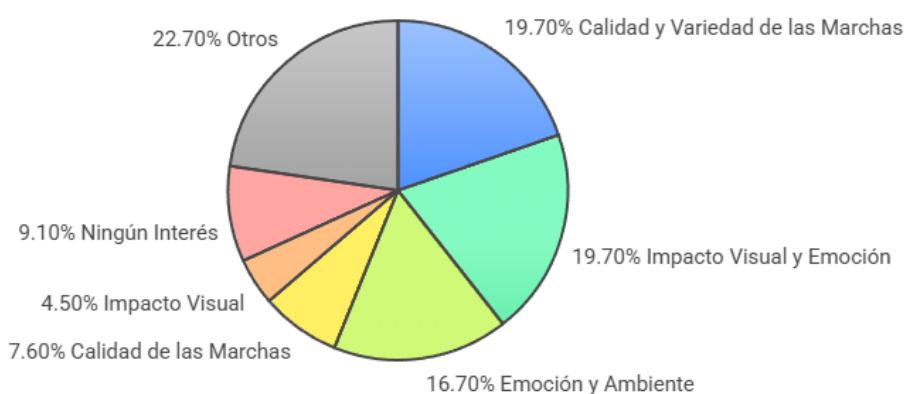
### Aspectos más atractivos de la música procesional:

Según los encuestados, los aspectos más atractivos de la música procesional combinan elementos visuales, musicales y emocionales. La mayor parte de las respuestas se concentran en dos combinaciones principales: **la calidad y variedad de las marchas junto con la identidad cultural y el impacto visual de los músicos acompañado de la emoción y el ambiente que generan**, con un 19,7% de menciones cada una. Esto indica que los participantes valoran tanto la dimensión artística y patrimonial de las bandas como la experiencia sensorial que ofrecen durante la procesión.

Por separado, un 16,7% destacó únicamente **la emoción y el ambiente que genera la música**, reflejando la importancia del componente experiencial. En menor medida, se señalaron de manera aislada **la calidad y variedad de las marchas** (7,6%) y **el impacto visual de los músicos** (4,5%). Solo un 9,1% de los encuestados afirmó que **ninguno de estos aspectos le interesa**, mostrando que la mayoría percibe algún valor significativo en la música procesional.

Gráfico 6. Aspectos atractivos de la música procesional

### Aspectos Atractivos de la Música Procesional



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del cuestionario.

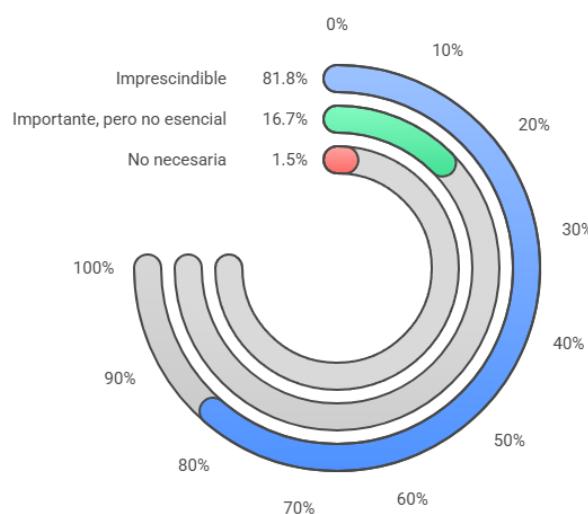
El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

### Relación entre frecuencia de asistencia y valoración de la música:

La valoración de la música como elemento fundamental en la Semana Santa de Málaga muestra que el **81,8% de los encuestados (54 de 66)** la considera **imprescindible**. Esto incluye incluso a quienes **nunca asisten** a la Semana Santa, de los cuales el **88,9%** reconoce su importancia. Un **16,7% (11 personas)** opina que la música **sí es importante, pero no lo más esencial**, y solo un **1,5% (1 persona)** considera que **no es necesaria**.

Gráfico 7. Importancia de la música en la Semana Santa de Málaga

Importancia de la Música en la Semana Santa de Málaga



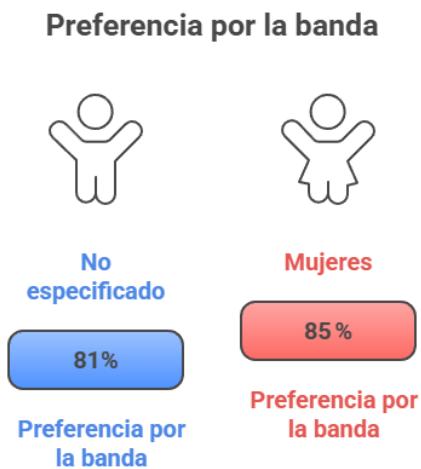
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del cuestionario.

### Relación entre sexo y preferencia por acompañamiento musical:

Se cruzaron las variables sexo y preferencia por procesiones con banda de música o en silencio (Tabla 31). De los 66 casos:

- **Hombres (42 personas):** 34 prefieren la banda (81 %), 1 prefiere silencio (2,4 %) y 7 son indiferentes (16,6 %).
- **Mujeres (20 personas):** 17 prefieren la banda (85 %) y 3 son indiferentes (15 %). No se registraron respuestas de “silencio”.
- **No especificado (4 personas):** todos indicaron preferencia por la banda (100 %).

Figura 2. Relación entre sexo y preferencia por acompañamiento musical



*Fuente: Elaboración propia a partir de datos del cuestionario.*

## 6. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Los resultados obtenidos en la investigación permiten confirmar y ampliar muchas de las ideas planteadas en el **marco teórico**.

En primer lugar, se observa que las **bandas de música procesional** cumplen un papel que trasciende lo meramente sonoro, constituyéndose en auténticos productos culturales. Tal como señalan los enfoques de marketing cultural y experiencial, la música no solo acompaña la procesión, sino que enriquece la experiencia del público al generar emociones de identidad, pertenencia y espiritualidad.



---

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

La elevada proporción de músicos cuya motivación principal es cultural o artística (45,7 %) refuerza esta visión, evidenciando que la participación responde más a un compromiso simbólico que a un incentivo económico.

En línea con el concepto de percepción del valor, los entrevistados y encuestados destacan que las bandas aportan un valor diferencial a la Semana Santa malagueña, intensifican el impacto estético y emocional de los tronos, elevan la calidad artística del evento y transmiten un sentimiento compartido de orgullo y pertenencia. Este hallazgo se relaciona directamente con la noción de la Semana Santa como **marca ciudad**, donde la música procesional se convierte en un elemento estratégico de diferenciación cultural.

Los resultados también confirman la importancia de las bandas como estructuras formativas y de socialización. Los testimonios de directores y presidentes subrayan que las bandas funcionan como auténticas escuelas de ciudadanía, lo que coincide con la teoría de la satisfacción del participante y con la perspectiva del marketing experiencial, ya que no solo ofrecen conocimientos musicales, sino también experiencias de cooperación y comunidad.

Los datos muestran que la Semana Santa constituye la principal fuente de ingresos para la mayoría de las formaciones, llegando a suponer hasta el 70 % de sus presupuestos. Esta **dependencia** confirma lo expuesto en estudios previos sobre el impacto económico de la Semana Santa en Málaga, donde el acompañamiento musical figura como una partida relevante del gasto cofrade.



La ausencia de un apoyo institucional sólido, evidenciada en las entrevistas, pone de manifiesto la fragilidad del modelo y plantea un desafío de



---

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

sostenibilidad a futuro, conectando con la literatura sobre demanda cultural y sostenibilidad de la oferta.

Otro hallazgo relevante es la dimensión emocional que emerge de los testimonios: los músicos describen la experiencia como un espacio de construcción identitaria, donde predomina la emoción, el orgullo y el compañerismo. Este aspecto confirma el papel del marketing emocional, ya que la música cofrade despierta sentimientos profundos en quienes participan y en quienes observan, fortaleciendo la fidelización del público hacia la Semana Santa como evento cultural.

En conjunto, los resultados avalan las aportaciones teóricas revisadas en el marco conceptual y demuestran que las bandas de música procesional son agentes multifuncionales: generan impacto económico, cohesionan socialmente, preservan el patrimonio cultural y fortalecen la **marca ciudad de Málaga**.



## 6.1. Relación de los Resultados con el Marco Teórico

La interpretación de los resultados obtenidos guarda una estrecha coherencia con los conceptos planteados en el **marco teórico**.

En primer lugar, el predominio de motivaciones **culturales y artísticas** (45,7 %) frente a las puramente económicas o religiosas confirma el papel de las bandas como **productos culturales** y espacios de **marketing experiencial y emocional**. Tal como se señaló en el marco teórico, las bandas no solo acompañan a las procesiones, sino que generan **vivencias colectivas**

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

cargadas de **identidad y pertenencia**, lo que se refleja en sentimientos de **orgullo, emoción y compañerismo** reportados por los músicos.



La relevancia atribuida por los encuestados y entrevistados al **valor simbólico y emocional** de la música procesional se alinea con el concepto de **percepción del valor**. El público y los propios músicos perciben a las bandas como un elemento diferenciador que intensifica la experiencia de la Semana Santa, reforzando la idea de este evento como **marca ciudad**. En consonancia, los testimonios de directores y compositores que subrayan la singularidad **estética** de Málaga coinciden con la literatura que interpreta la Semana Santa como un **producto cultural y turístico** con rasgos propios.

En cuanto a la dependencia, los hallazgos de las bandas respecto a los ingresos de Semana Santa confirman lo planteado en estudios previos acerca del **impacto económico** del fenómeno cofrade. La asignación de recursos de las cofradías al acompañamiento musical, junto con la ausencia de un **apoyo institucional** estable, se relaciona directamente con la teoría de la **demandas culturales**, que explica cómo la sostenibilidad de estas agrupaciones depende de la interacción entre oferta (bandas) y demanda (hermandades y público).

Los hallazgos no solo respaldan los planteamientos teóricos, sino que los enriquecen al mostrar cómo los conceptos de **producto cultural, percepción del valor, marketing emocional y experiencial, demanda cultural y marca**

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

**ciudad** se materializan en la realidad de las bandas de música procesional de Málaga.

## 6.2. Aportaciones del Estudio a la Investigación de Mercados Culturales

Una de las principales aportaciones del estudio es la **revalorización de lo cofrade** como objeto de estudio en los **mercados culturales**, abordando la Semana Santa desde una perspectiva de investigación de mercados. Este trabajo visibiliza un **nicho cultural** potente sostenido por audiencias masivas.

El estudio conceptualiza las **bandas como productos culturales multidimensionales**, no solo acompañamientos, sino elementos generadores de valor. El 60,6 % del público las percibe como uno de los principales atractivos de la Semana Santa, modificando significativamente la **experiencia del evento** y destacando variables como el **vínculo emocional**, la **pertenencia comunitaria** y el **prestigio**.



Asimismo, se identifican las bandas como **espacios formativos**, donde los músicos desarrollan **disciplina, trabajo en equipo y responsabilidad**, funcionando como microestructuras educativas.

### 6.3. Síntesis de los Hallazgos Principales de la Investigación

Uno de los principales hallazgos de la investigación es la **centralidad de la música procesional** en la experiencia emocional de la Semana Santa. El 83,3 % de los encuestados prefiere las procesiones con banda frente a las que transcurren en silencio, y las entrevistas destacan la música como “una oración en movimiento”, evidenciando su función simbólica y su carácter de **eje vertebrador** de la procesión.



Las bandas emergen como **agentes culturales** y generadoras de experiencias memorables, actuando como motores de **atracción y fidelización**: el 60,6 % de los encuestados señala que su asistencia a las procesiones depende de la música. Además, participan activamente en la recuperación y creación de repertorio, consolidándose como **agentes culturales vivos** que preservan y proyectan la tradición.

El estudio también confirma su papel como **espacios formativos y socializadores**. La participación en las bandas aporta habilidades técnicas y valores como **disciplina, trabajo en equipo, responsabilidad y perseverancia**, influyendo positivamente en el desarrollo personal y social de los músicos.

Se evidencia igualmente una fuerte **dimensión comunitaria e identitaria**: músicos y ciudadanos muestran un sentimiento de pertenencia hacia sus formaciones, convirtiendo a las bandas en redes de afecto y expresión identitaria que reflejan y proyectan la cultura de los barrios malagueños.



En el plano acerca de la **dependencia económica**, muchas bandas dependen hasta en un 70 % de los contratos de Semana Santa, lo que evidencia su fragilidad estructural ante la escasa presencia de ayudas públicas y el limitado reconocimiento institucional.

## 7. CONCLUSIONES

### 7.1. Respuestas a los objetivos planteados

**Objetivo general: Analizar el impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia.**

La investigación demuestra que las bandas influyen directamente en la experiencia emocional del público, en la formación de la identidad local y en la configuración del **imaginario sonoro** de la ciudad. Asimismo, actúan como estructuras de socialización, educación y cohesión, confirmando su impacto multidimensional en la sociedad malagueña.

### Objetivo 1: Examinar la percepción de la ciudadanía.

Los resultados muestran que más del 80 % considera a las bandas imprescindibles para la Semana Santa, con un 83,3 % que prefiere procesiones con acompañamiento musical y un 60,6 % que asiste principalmente por la música. Las entrevistas refuerzan la idea de que la música es clave para la experiencia cofrade.



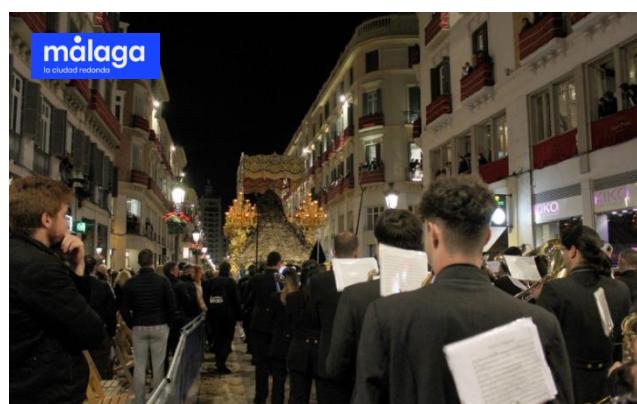
### Objetivo 2: Conocer las motivaciones y vivencias de los músicos.



La participación en las bandas no solo implica ejecución musical, sino también desarrollo personal, emocional y social. Los músicos destacan valores como **responsabilidad, trabajo en equipo y compromiso**, y perciben la banda como un espacio de identidad y pertenencia.

### Objetivo 3: Analizar el papel en la identidad cultural y la marca ciudad.

Las bandas contribuyen a proyectar la **identidad cultural malagueña** mediante su repertorio, sonido característico y participación en eventos, consolidándose como elementos distintivos de la **marca ciudad**.



#### **Objetivo 4: Estudiar la dependencia de las bandas de música sobre la Semana Santa.**

La Semana Santa representa hasta el 70 % de los ingresos de muchas bandas, evidenciando su **dependencia estacional** y fragilidad económica. La escasa presencia de ayudas públicas ha llevado a desarrollar estrategias de autofinanciación.



#### **Objetivo 5: Valorar la función patrimonial.**



Las bandas no solo reproducen repertorio, sino que recuperan marchas antiguas, encargan nuevas composiciones y experimentan dentro del estilo cofrade, consolidándose como agentes activos en la **patrimonialización sonora** de la Semana Santa.

### **7.2. Recomendaciones Prácticas para Bandas, Cofradías e Instituciones**

A la luz de los hallazgos obtenidos en esta investigación, se proponen una serie de recomendaciones prácticas. Estas recomendaciones se dirigen específicamente a los tres actores clave implicados: las propias bandas, las cofradías que las contratan y colaboran con ellas, y las instituciones públicas.



## Recomendaciones para las bandas de música

- **Diversificar la financiación** mediante conciertos, patrocinio, micromecenazgo o venta de merchandising para reducir la dependencia de los ingresos de Semana Santa.
- **Fortalecer la comunicación y marca**, con presencia en redes sociales y contenido que muestre su labor y vincule con la comunidad.
- **Fomentar la formación y profesionalización** del cuerpo musical para mantener la calidad artística.
- **Garantizar el relevo generacional**, promoviendo programas para jóvenes músicos y convenios con escuelas o conservatorios.
- **Documentar y archivar** el repertorio, incluyendo grabaciones y recuperación de marchas históricas.

## Recomendaciones para cofradías y hermandades

- Reconocer que la música no es un complemento, sino un **componente esencial** de la procesión.
- Establecer **vínculos duraderos** con las bandas más allá del contrato anual.
- Impulsar la **creación y recuperación de repertorios** asociados a la cofradía, fortaleciendo el patrimonio musical.
- **Visibilizar y valorar públicamente** la labor de los músicos mediante menciones, recuerdos o publicaciones institucionales.



## Recomendaciones para instituciones públicas y culturales

- **Diseñar políticas públicas de apoyo sostenido a las bandas.** Es necesario avanzar hacia un modelo de financiación estable para estas agrupaciones, que contemple su valor como agentes culturales y no solo como entidades religiosas. Subvenciones, convenios, becas para formación musical o de ayuda específicas.
- **Reconocer a las bandas como patrimonio cultural.** Su reconocimiento oficial les daría acceso a herramientas institucionales de visibilización.
- **Promover investigaciones y publicaciones sobre bandas.** El apoyo a trabajos académicos, archivos sonoros para reforzar su estatus cultural.

### 7.3. Propuestas de Líneas Futuras de Investigación

Se plantea ampliar el conocimiento del papel de las bandas de música procesional incorporando nuevas variables y contextos. Entre las líneas más relevantes:

- **Ampliación geográfica:** Estudiar otras ciudades con tradición cofrade, como Sevilla, Córdoba o Granada, para comparar modelos organizativos, estéticas y contextos socioculturales.
- **Estudios longitudinales:** Documentar la evolución artística, organizativa, social y económica de las bandas a lo largo del tiempo.
- **Impacto turístico y económico:** Profundizar en la contribución de las bandas al turismo y la economía local durante la Semana Santa.



---

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

- **Perspectiva de género:** Analizar el rol de la mujer en las bandas, tanto en la interpretación como en dirección, gestión y docencia.
- **Impacto psicológico y emocional:** Estudiar cómo la música procesional influye en la experiencia emocional de músicos y público.
- **Comunicación y digitalización:** Explorar el uso de redes sociales y medios digitales para visibilizar las bandas y construir su imagen pública.



## Bibliografía

ABC. (2024, abril 14). *La industria cofrade genera un impacto económico de casi 40 millones de euros.* <https://www.abc.es/espana/andalucia/malaga/industria-cofrade-genera-impacto-economico-millones-euros-20250414173617-nts.html>

Ayuntamiento de Málaga. (2023). *El turismo deja 23,9 millones de euros en Málaga en Semana Santa.* <https://visita.malaga.eu/es/que-ver-y-hacer/blog/el-turismo-deja-23-9-millones-de-euros-en-malaga-en-semana-santa-p1436>

Ayuntamiento de Málaga. (2023). *Informe de ocupación hotelera en Semana Santa 2023.* Área de Turismo.

Cadena SER. (2021, marzo 29). *SER Málaga.*

[https://cadenaser.com/emisora/2021/03/29/ser\\_malaga/1617021277\\_836828.html](https://cadenaser.com/emisora/2021/03/29/ser_malaga/1617021277_836828.html)

Cadena SER. (2024, marzo 25). *El impacto económico de la Semana Santa de Málaga en 2023 fue de casi 400 millones de euros.* <https://cadenaser.com/andalucia/2024/03/25/el-impacto-economico-de-la-semana-santa-de-malaga-en-2023-fue-de-casi-400-millones-de-euros-ser-malaga/>

Cadena SER. (2025, abril 14). *Un estudio de la Universidad de Málaga cifra en 40 millones de euros al año los efectos totales generados por la actividad cofrade.*

<https://cadenaser.com/andalucia/2025/04/14/un-estudio-de-la-universidad-de-malaga-cifra-en-40-millones-de-euros-al-año-los-efectos-totales-generados-por-la-actividad-cofrade-ser-malaga>

Cadena SER. (2025, abril 22). *Málaga superó el 85% de ocupación durante los días centrales de la Semana Santa.* <https://cadenaser.com/andalucia/2025/04/22/malaga-supero-el-85-de-ocupacion-durante-los-dias-centrales-de-la-semana-santa-ser-miranda/>

Del Alcázar, B., Moniche, L., & Aróstegui Azcúnaga, A. (2024). *Análisis del impacto económico de la actividad cofrade de la ciudad de Málaga.* Cátedra de Estudios Cofrades, Universidad de Málaga. <https://www.vidaeconomico.com/2025/04/estudio-semana-santa>

Del Alcázar, B., Moniche, L., & Aróstegui, A. (2024). *Análisis del impacto económico de la actividad cofrade de la ciudad de Málaga 2024.* Cátedra de Estudios Cofrades, Universidad de Málaga. <https://www.vidaeconomico.com/2025/04/estudio-semana-santa>

Del Alcázar, B., Sierra, P., González, E. M., & Moniche, L. (2024). *Análisis del perfil e impacto económico de los visitantes a la Semana Santa de Málaga 2023.* Cátedra de Estudios Cofrades, Universidad de Málaga.

Elforocofrade. (s. f.). *¿Cuánto cobran las bandas?*

<https://elforocofrade.es/foros/index.php?threads%2F%C2%BFcu%C3%A1nto-cobran-las-bandas.4606%2Fpage-3>

El Mundo. (2014, abril 14). *La Semana Santa en Andalucía.*

<https://www.elmundo.es/andalucia/2014/04/14/533c29ef22601d50748b4577.html>



---

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

Felcomusical. (2006). *Precios lista*. [http://www.felcomusical.com/2006/html/precios\\_lista.html](http://www.felcomusical.com/2006/html/precios_lista.html)

Libre Mercado. (2018, marzo 29). *Cuánto cuesta sacar un Cristo en procesión*.

<https://www.libremercado.com/2018-03-29/cuanto-cuesta-sacar-un-cristo-en-procesion-1276616122/>

Observatorio Económico de Andalucía. (2019). *Impacto económico de la Semana Santa en Andalucía: un análisis provincial*. Junta de Andalucía. <https://www.observatorioeconomicoandalucia.org>

Palio de Plata. (s. f.). *Bandas*. <https://paliodeplata.com/bandas/>

Palio de Plata. (s. f.). *Músicos, ¿a qué precio?* <https://paliodeplata.com/opinion/la-columna/musicos-a-que-precio/v>

Torres, A. (2010). *Historia de la Semana Santa de Málaga*. Editorial Arguval.

Universidad de Málaga. (2024). *Impacto económico de la Semana Santa de Málaga 2023*. Cátedra de Estudios Cofrades. <https://www.catedraestudioscofrades.uma.es/wp-content/uploads/2024/03/SEMANA-SANTA-2023-p1.pdf>

Vida Económica. (2025, abril 15). *El impacto de la Semana Santa de Málaga: 13,85 millones en renta disponible*. <https://www.vidaeconomico.com/2025/04/estudio-semana-santa/>

Vida Económica. (2025, abril 22). *La Semana Santa 2025 impulsa el turismo en Málaga con un 83% de ocupación hotelera*. <https://www.vidaeconomico.com/2025/04/malaga-semana-santa/>

Wikipedia. (s. f.). *Agrupación de Cofradías de Semana Santa de Málaga*.

[https://es.wikipedia.org/wiki/Agrupaci%C3%B3n\\_de\\_Cofrad%C3%ADas\\_de\\_Semana\\_Santa\\_de\\_M%C3%A1laga?utm](https://es.wikipedia.org/wiki/Agrupaci%C3%B3n_de_Cofrad%C3%ADas_de_Semana_Santa_de_M%C3%A1laga?utm)

Wikipedia. (s. f.). *Anexo: Acompañamiento musical de la Semana Santa en Málaga*.

[https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Acompa%C3%B1amiento\\_musical\\_de\\_la\\_Semana\\_Santa\\_en\\_M%C3%A1laga](https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Acompa%C3%B1amiento_musical_de_la_Semana_Santa_en_M%C3%A1laga)

Wikipedia. (s. f.). *Semana Santa en Málaga*.

[https://es.wikipedia.org/wiki/Semana\\_Santa\\_en\\_M%C3%A1laga](https://es.wikipedia.org/wiki/Semana_Santa_en_M%C3%A1laga)

Viaja Málaga. (s. f.). *Semana Santa de Málaga*. <https://www.viajamalaga.com/semana-santa-de-malaga/>

Viajes Carrefour. (s. f.). *Siente la magia de la Semana Santa malagueña*. <https://www.viajes-carrefour.com/blog/siente-la-magia-de-la-semana-santa-malaguena>

Málaga Hoy. (s. f.). *Bandas de música en la Semana Santa de Málaga 2024*.

[https://www.malagahoy.es/semanasanta/bandas-musica-Semana-Santa-Malaga-2024\\_0\\_1885612647.html](https://www.malagahoy.es/semanasanta/bandas-musica-Semana-Santa-Malaga-2024_0_1885612647.html)



---

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

Música Málaga. (s. f.). *La música en la Semana Santa de Málaga*. <https://musicamalaga.com/la-musica-en-la-semana-santa-de-malaga>

Agrupación de Cofradías. (s. f.). *La Semana Santa de Málaga según la Cátedra de Estudios Cofrades genera una economía en la ciudad de 823 millones de euros y mil puestos de trabajo a tiempo completo*. <https://agrupaciondecofradias.com/la-semana-santa-de-malaga-segun-la-catedra-de-estudios-cofrades-genera-una-economia-en-la-ciudad-de-823-millones-de-euros-y-mil-puestos-de-trabajo-a-tiempo-completo/>

La Voz de Córdoba. (2020, marzo 28). *Mantener una bandas cuesta 18.000 euros al año*.

<https://lavozdecordoba.eldebate.com/religion-y-cofradias/2020/03/28/mantener-una-bandas-cuesta-18-000-euros-al-ano/>

La Voz del Sur. (s. f.). *Alegato en defensa de las bandas de música: tan caras en Semana Santa son más kilómetros los que hacen*. [https://www.lavozdelsur.es/cofradias/alegato-en-defensa-bandas-musica-tan-caras-semana-santa-son-mas-kilometros-hacen\\_275326\\_102.html](https://www.lavozdelsur.es/cofradias/alegato-en-defensa-bandas-musica-tan-caras-semana-santa-son-mas-kilometros-hacen_275326_102.html)

Newtral. (2024, marzo 20). *Gasto Semana Santa*. <https://www.newtral.es/gasto-semana-santa/20240320/>



## Anexos

### **Anexo 1. Guía de Entrevista Semiestructurada a Responsables de Bandas de Música y Extractos Relevantes de las Entrevistas.**

#### **Bloque 1. Historia y trayectoria**

- ¿Cuándo y cómo se fundó la banda?
- ¿Quiénes fueron sus fundadores?
- ¿Qué dificultades se encontraron en los inicios?
- ¿Cuál fue el primer evento en el que participó (procesión, concierto, etc.)?
- Motivo principal de su creación.
- ¿Existía una necesidad específica en Málaga de una nueva banda?
- ¿Se buscaba diferenciarse de otras formaciones en estilo o repertorio?
- Orientación inicial: ¿Semana Santa u otros eventos?
- Evolución de la banda (número de músicos, formación, selección de miembros, cambios en estilo y repertorio).
- Impacto de las nuevas generaciones (renovación del estilo, transmisión de conocimientos, estabilidad, uso de redes sociales, compromiso).
- Hitos y reconocimientos obtenidos.
- Colaboraciones relevantes.

#### **Bloque 2. Papel en la Semana Santa**

1. Hermandades acompañadas: número, permanencia o variación de contratos, evolución.
2. Proceso de selección de hermandades: contactos, criterios, duración de contratos, relación con juntas de gobierno.
3. Preparación previa: ensayos, preparación física, logística de instrumentos, uniformes y traslados.
4. Influencia musical en la atmósfera de las procesiones.
5. Marchas más solicitadas y diferencias según día o tipo de imagen.



6. Incorporación de nuevas marchas y estilos: estrenos, arreglos, recepción del público.
7. Repertorio como elemento de identidad.
8. Participación en otras Semanas Santas fuera de Málaga y experiencias derivadas.

### **Bloque 3. Impacto económico**

1. Semana Santa como fuente principal de ingresos: porcentaje sobre el presupuesto, consecuencias de cancelaciones.
2. Costos principales: transporte, uniformes, instrumentos, logística.
3. Apoyo financiero externo: subvenciones, patrocinadores, mejoras posibles.
4. Fuentes de financiación anual: cuotas, donaciones, merchandising, grabaciones.
5. Conciertos y eventos fuera de Semana Santa como fuente de ingresos.

### **Bloque 4. Aspecto cultural y social**

6. Contribución de la banda a la cultura musical de Málaga: participación en eventos culturales, preservación del patrimonio.
7. Relación con cofrades y público: comunicación, valoración, críticas, redes sociales.
8. Representación de Málaga fuera de la ciudad: responsabilidad y reconocimiento.
9. Incorporación de jóvenes músicos: programas de formación, retos, equilibrio generacional.
10. Evolución de la música cofrade: innovación vs. tradición, influencia de la tecnología.
11. Retos actuales y futuro de las bandas: sostenibilidad económica, compromiso de los músicos, medidas para su consolidación.



### Entrevista a Gabriel López Muñoz – Banda Arunda (Ronda)

#### Datos generales

- **Entrevistado:** Gabriel López Muñoz (“Gabi”)
- **Cargo:** Presidente de la Banda Arunda
- **Lugar:** Ronda (Málaga)
- **Duración:** 25 minutos

#### Fragmentos destacados

- “La banda se fundó en **2005** tras la ruptura de la banda municipal de Ronda.”
- “Nuestra principal fuente de ingresos siempre han sido las **actuaciones cofrades y la Semana Santa.**”
- “Actualmente acompañamos a **8 hermandades** durante la Semana Santa.”
- “Mover la banda para una procesión cuesta alrededor de **900 €.**”
- “Recibimos **1.000 € de subvención** del Ayuntamiento, pero no contamos con otros apoyos económicos.”
- “Tenemos una **escuela de música** propia para formar a jóvenes músicos.”

#### Cita destacada

“Nuestra principal fuente de ingresos siempre han sido las actuaciones cofrades y la Semana Santa.”

### Entrevista a José Antonio Martín García “Pochi” – Banda Cruz del Humilladero (Málaga)

#### Datos generales

- **Entrevistado:** José Antonio Martín García (“Pochi”)
- **Cargo:** Presidente de la Asociación Cultural Musical Banda de Música Cruz del Humilladero



---

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

- **Lugar:** Málaga
- **Duración:** 40 minutos

### **Fragmentos destacados**

- “La banda se fundó en el año **2000** con el apoyo de instituciones locales y actualmente contamos con **122 músicos** en la banda titular y **50 en la banda escuela.**”
- “Organizamos el **Certamen Nacional de Bandas de Música Ciudad de Málaga**, el único de carácter nacional en Andalucía.”
- “El **80% de nuestros ingresos** proviene de las actuaciones de **Semana Santa.**”
- “Transportar a toda la banda para una procesión puede costar **1.000 €** de media.”
- “Mantenemos contratos **estables** con varias hermandades, algunas desde hace más de **20 años.**”
- “Además de tocar, apostamos por la **formación musical** con nuestra escuela.”

### **Cita destacada**

“El 80% de nuestros ingresos proviene de la Semana Santa; sin ella, sería inviable mantener la banda.”

## **Entrevista a Adrián – Banda de Música de la Esperanza (Málaga)**

### **Datos generales**

- **Entrevistado:** Adrián
- **Cargo:** Director musical
- **Lugar:** Málaga
- **Duración:** 35 minutos



### Fragmentos destacados

- “La banda se fundó en **1993** con el objetivo de acompañar cada **Jueves Santo** a la Virgen de la Esperanza.”
- “Actualmente tenemos entre **90 y 95 músicos**, más unos **40 alumnos** en la escuela, lo que suma unas **150 personas** vinculadas.”
- “Acompañamos a **6 hermandades** durante la Semana Santa.”
- “La **Semana Santa representa el 70% de nuestros ingresos** anuales.”
- “Mover la banda para una procesión cuesta entre **3.000 y 4.000 €**, dependiendo de la distancia.”
- “Este año vivimos un hito histórico: la banda participará en la **procesión de la Virgen de la Esperanza en Roma.**”

### Cita destacada

“Para nosotros, la Semana Santa es el pulmón económico de la banda; sin ella, sería imposible mantener este proyecto.”

## Entrevista a Jaime Gómez Salguero – Grupo de Capilla Caeli

### Datos generales

- **Entrevistado:** Jaime Gómez Salguero
- **Grupo:** Capilla Caeli
- **Antigüedad:** Fundado hace aproximadamente **9 años**
- **Formación:** Oboe, clarinete y fagot
- **Referente en Málaga:** Grupo reconocido por **mantener la formación tradicional** de capilla



### Fragmentos destacados

- “Nuestro grupo nació por la necesidad de tener una **capilla original**. Hoy en día se le llama capilla a cualquier cosa, pero la nuestra es la única que sigue el formato tradicional en Málaga.”
- “Tocamos entre **20 o más marchas por procesión**, dependiendo de la duración.”
- “Hemos adaptado **piezas no religiosas** para bodas u otros eventos, aunque nos formamos con el objetivo principal de la **Semana Santa**.”
- “Por menos de **100 € por músico**, no nos movemos. En Semana Santa se cobra más, claro.”
- “El mayor gasto es la **gasolina, el mantenimiento de instrumentos, partituras e imprevistos**.”

### Cita destacada

“Nosotros ponemos música a la oración penitencial. Lo nuestro es algo íntimo, recogido. No vamos a sustituir a una banda, pero aportamos algo diferente.”

## Entrevista a Jorge Jurado – Unión Musical Maestro Eloy García

### Datos generales

- **Entrevistado:** Jorge Jurado
- **Cargo:** Director
- **Banda:** Unión Musical Maestro Eloy García
- **Fundación:** 2019, por la **unión de dos formaciones anteriores**
- **Estilo:** Repertorio clásico combinado con **marchas modernas**

### Fragmentos destacados

- “La banda se fundó tras las **elecciones de 2019** en la Hermandad de la Aspiración.”



---

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

- “Actualmente contamos con **68 músicos** (sin percusión) y **86** con tambores y cornetas.”
- “Acompañamos a **siete hermandades** durante Semana Santa, aunque también actuamos **el resto del año** con otros estilos.”
- “**El 90% de nuestros ingresos** proviene de **Semana Santa**. Si llueve, solemos cobrar el **70% del contrato**.”

### Cita destacada

“La música es un arte efímero. Lo que se vive en una procesión no se repite. Una Virgen puede estar muy bien arreglada, pero sin música, no es lo mismo.”

## Entrevista a Juanma – Director Musical de la Banda de Música de Mena

### Datos generales

- **Entrevistado:** Juanma
- **Cargo:** Director musical
- **Banda:** Banda de Música de Mena
- **Fundación:** 2016, tras la **coronación canónica** de la Virgen de Mena
- **Proyecto:** Iniciativa surgida directamente desde la **Cofradía**

### Fragmentos destacados

- “Fundamos la banda en **2017**. Yo ya tenía experiencia dirigiendo otras bandas, así que el reclamo fue doble.”
- “En **Semana Santa** llegamos a ser unos **100 músicos**; durante el año somos **70-80**.”
- “Seleccionamos músicos desde nuestra propia aula. En **un año** les damos el equivalente a **cuatro cursos básicos de conservatorio**.”
- “La Semana Santa representa **el grueso de nuestros ingresos**. Algunos contratos ya incluyen el **100% del pago incluso si no se sale**.”



### Cita destacada

“El repertorio es nuestra carta de presentación. Nos negamos a incluir marchas que no se alinean con nuestra filosofía, aunque estén de moda.”

## Entrevista a Cristóbal López Gándara – Compositor

### Datos generales

- **Lugar de origen:** Úbeda (Jaén)
- **Formación:** Piano, composición y dirección de orquesta en Málaga.
- **Ocupación:** Profesor de Composición en el Conservatorio Profesional “María de Molina” de Úbeda.
- **Dirección musical:** Sociedad Filarmónica de Ntra. Sra. de Gracia (Úbeda) y bandas de cornetas y tambores en Úbeda y Sevilla.
- **Vinculación con Málaga:** Encargos para hermandades y bandas de música malagueñas.

### Fragmentos destacados

- “Saqué la plaza por oposición de profesor de Fundamento de Composición y actualmente ocupo mi plaza en el Conservatorio Profesional de Música María de Molina de Úbeda.”
- “Todo lo que yo he escrito para Málaga (...) **absolutamente todo son encargos**, ya sea de hermandades o de particulares devotos.”
- “Aplico la formación musical que he tenido como profesor superior de composición (...) **mezclo influencias de románticos, nacionalistas rusos e impresionistas franceses** en mi música procesional.”
- “Estamos convirtiendo la música en **un espectáculo más que en una obra de arte.**”



### Cita destacada

“El entramado armónico debe ser rico, no siempre complejo, pero sí con más contenido que las secuencias típicas populares.”

### Entrevista a David Hurtado – Compositor

#### Datos generales

- **Lugar de origen:** Sevilla
- **Vinculación con Málaga:** Desde 2013 (coronación de la Virgen del Rocío).
- **Obras destacadas:** Marchas para la Virgen de la Trinidad y la Virgen de la Esperanza.
- **Estilo:** Composición seria, solemne y de gran riqueza armónica.

#### Fragmentos destacados

- “El primer contacto real que hice con la Semana Santa de Málaga fue en 2013 con la **coronación de la Virgen del Rocío.**”
- “Creo que ahora mismo en **Málaga hay bandas con un nivel altísimo** (...) incluso se atreven con conciertos monográficos muy difíciles.”
- “Por desgracia, se está **orientando más al espectáculo**. La parte buena es que cada vez se profesionaliza más, pero también se corre el riesgo de perder identidad.”
- “Lo que me gusta de Málaga es que **tiene su propia personalidad; no es una copia de Sevilla.**”

### Cita destacada

“Me siento más cómodo escribiendo marchas serias, porque sé que van destinadas a un público predisposto a escuchar música con atención.”



## Anexo 2. Cuestionarios utilizados en la investigación

### Anexo 2.1. Cuestionario dirigido a músicos de bandas de Semana Santa

#### Ficha técnica de la encuesta

##### Título del estudio:

Experiencia y motivaciones de los músicos de bandas de Semana Santa en Málaga.

##### Objetivo:

Conocer la vivencia personal, motivaciones, sentimientos y percepciones de los músicos que participan en bandas de música de la Semana Santa de Málaga.

##### Ámbito geográfico:

Encuesta dirigida a músicos integrantes de bandas de música procesional vinculadas a la Semana Santa de Málaga.

##### Universo:

Músicos activos en formaciones musicales de Semana Santa.

##### Tamaño de la muestra:

N = 162

##### Error muestral:

±7,7% para un nivel de confianza del 95% ( $p=q=0,5$ ).



### **Técnica de recogida de información:**

Encuesta online autoadministrada mediante formulario digital, con preguntas cerradas, escalas y preguntas abiertas.

### **Cuestionario:**

Compuesto por 10 preguntas sobre:

- Experiencia en la banda (años, número de procesiones).
- Condición de cofrade y carácter religioso.
- Compensación económica.
- Motivaciones principales (religiosas, económicas, tradicionales).
- Sentimientos predominantes durante la experiencia.
- Percepción de la experiencia resumida en una palabra.

### **Trabajo de campo:**

Realizado de febrero y junio de 2025.

### **Tratamiento de datos:**

Codificación de respuestas en variables numéricas (formato SPSS) y análisis mediante estadística descriptiva y cruces de variables.

### **Preguntas:**

1. Marca temporal (respuesta automática del formulario).
2. ¿Cuántos años llevas tocando en bandas de Semana Santa?
  - Menos de 2 años
  - Entre 2 y 5 años
  - Entre 6 y 10 años
  - Más de 10 años
3. ¿Cuántas procesiones sueles acompañar durante la Semana Santa?
  - 1 a 2
  - 3 a 5
  - Más de 5
4. ¿Te consideras una persona religiosa?



- Sí
  - No
5. ¿Perteneces a alguna cofradía?
- Sí
  - No
6. ¿Recibes compensación económica por tu participación?
- Sí
  - No
7. ¿Cómo definirías tu motivación principal para participar tocando en procesiones de Semana Santa?
- Religiosa
  - Económica
  - Cultural/Artística
  - Tradicional/Familiar
  - Otra (especificar)
8. ¿Qué sentimiento/s predomina cuando participas en una procesión?  
(respuesta abierta).
9. ¿Cómo describirías tu experiencia musical en la Semana Santa en **UNA**  
**palabra**? (respuesta abierta).

## Anexo 2.2. Cuestionario dirigido a la población general

### Ficha técnica de la encuesta

#### Título del estudio:

Percepción de la música procesional en la Semana Santa de Málaga.

#### Objetivo:

Analizar la importancia social, cultural y económica de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga desde la perspectiva de la ciudadanía.

#### Ámbito geográfico:

Encuesta dirigida a residentes en Málaga capital, visitantes de la ciudad durante la Semana Santa y público general.



**Universo:**

Personas mayores de 16 años con conocimiento y/o asistencia a la Semana Santa de Málaga.

**Tamaño de la muestra:**

N = 66

**Error muestral:**

±12,1% para un nivel de confianza del 95% (p=q=0,5).

**Técnica de recogida de información:**

Encuesta online autoadministrada a través de formulario digital.

**Cuestionario:**

Compuesto por 12 preguntas, cerradas y semiestructuradas, sobre:

- Datos sociodemográficos (sexo, residencia).
- Frecuencia de asistencia a la Semana Santa.
- Valoración de la música procesional y de las bandas.
- Influencia de la música en la decisión de asistir.
- Impacto cultural y turístico percibido.
- Pregunta abierta final para comentarios.

**Trabajo de campo:**

Realizado de febrero y junio de 2025.

**Tratamiento de datos:**

Análisis descriptivo y comparativo a partir de tablas de frecuencia y cruces de variables.

**Preguntas:**

1. Marca temporal (respuesta automática del formulario).
2. Sexo:
  - Hombre
  - Mujer
  - Prefiero no contestar
3. ¿Reside en Málaga capital?
  - Sí
  - No
4. ¿Con qué frecuencia asistes a la Semana Santa de Málaga?
  - Todos los años



- Alguna vez
- Nunca

5. ¿Consideras que la música es un elemento fundamental en la Semana Santa?

- Sí
- No

6. ¿Irías a ver la Semana Santa de Málaga principalmente por la música y las bandas?

- Sí
- No

7. ¿Prefieres procesiones con banda de música o en silencio?

- Con banda
- En silencio
- Indiferente

8. ¿Crees que la música mejora la experiencia de la Semana Santa?

- Sí
- No

9. ¿La música influye en tu decisión de acudir a las procesiones?

- Sí
- No

10. ¿Alguna vez has elegido una procesión en función de la banda de música que la acompaña?

- Sí
- No

11. ¿Cómo describirías el papel de las bandas en la Semana Santa? (respuesta abierta).

12. ¿Crees que las bandas de música generan más turismo y beneficios económicos en Málaga durante Semana Santa?

- Sí
- No

13. ¿Qué aspecto de la música procesional te parece más atractivo? (elige hasta 2 opciones).



- Calidad musical
- Emoción que transmite
- Tradición
- Identidad cultural
- Otros (especificar)

14. ¿Quieres añadir algo más? (respuesta abierta).

### Anexo 3. Resultados Cuantitativos del Cuestionario a Músicos de Bandas

**Tabla 1. Estadísticos descriptivos de las variables analizadas**

|                   | Años<br>en<br>band<br>a | Procesion<br>es por<br>Semana<br>Santa | Religio<br>so<br>(cod.) | Cofrad<br>ía<br>(cod.) | Compensaci<br>ón (cod.) | Motivaci<br>ón<br>principal | Sentimient<br>os<br>predominan<br>tes |
|-------------------|-------------------------|--|-------------------------|------------------------|-------------------------|-----------------------------|---------------------------------------|
| N<br>válido       | 162                     | 162                                    | 109                     | 161                    | 161                     | 162                         | 162                                   |
| N<br>perdid<br>os | 0                       | 0                                      | 53                      | 1                      | 1                       | 0                           | 0                                     |
| Media             |                         | 0,79                                   | 0,66                    | 0,56                   |                         |                             |                                       |



|             |  |      |      |      |  |  |  |
|-------------|--|------|------|------|--|--|--|
| Media<br>na |  | 1,00 | 1,00 | 1,00 |  |  |  |
|-------------|--|------|------|------|--|--|--|

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)

**Tabla 2. Antigüedad de los músicos en la banda**

| Categoría      | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| 2 - 5 años     | 33         | 20,4       | 20,4              | 20,4                 |
| 6 - 10 años    | 41         | 25,3       | 25,3              | 45,7                 |
| Más de 10 años | 79         | 48,8       | 48,8              | 94,4                 |
| Menos de 2     | 9          | 5,6        | 5,6               | 100,0                |
| Total          | 162        | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)

**Tabla 3. Número de procesiones por músico**

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| 1 - 2     | 3          | 1,9        | 1,9               | 1,9                  |
| 3 - 5     | 36         | 22,2       | 22,2              | 24,1                 |
| Más de 5  | 123        | 75,9       | 75,9              | 100,0                |
| Total     | 162        | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)

**Tabla 4. Autodefinición como persona religiosa**

| Categoría             | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| No                    | 23         | 14,2       | 21,1              | 21,1                 |
| Sí                    | 86         | 53,1       | 78,9              | 100,0                |
| Total                 | 109        | 67,3       | 100,0             |                      |
| Perdidos<br>(Sistema) | 53         | 32,7       |                   |                      |
| Total                 | 162        | 100,0      |                   |                      |

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)

**Tabla 5. Pertenencia del músico a una cofradía**

| Categoría             | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| No                    | 55         | 34,0       | 34,2              | 34,2                 |
| Sí                    | 106        | 65,4       | 65,8              | 100,0                |
| Total                 | 161        | 99,4       | 100,0             |                      |
| Perdidos<br>(Sistema) | 1          | 0,6        |                   |                      |
| Total                 | 162        | 100,0      |                   |                      |

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)

**Tabla 6. Tipo de compensación recibida por participación**

| Categoría             | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| No                    | 71         | 43,8       | 44,1              | 44,1                 |
| Sí                    | 90         | 55,6       | 55,9              | 100,0                |
| Total                 | 161        | 99,4       | 100,0             |                      |
| Perdidos<br>(Sistema) | 1          | 0,6        |                   |                      |
| Total                 | 162        | 100,0      |                   |                      |

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)

**Tabla 7. Motivación principal de los músicos para participar en la banda**

| Categoría                    | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Amistad                      | 2          | 1,2        | 1,2               | 1,2                  |
| Artística y religiosa        | 1          | 0,6        | 0,6               | 1,9                  |
| Cultural/Artística           | 74         | 45,7       | 45,7              | 48,1                 |
| Devoción                     | 1          | 0,6        | 0,6               | 48,8                 |
| Disfrute, luego el económico | 1          | 0,6        | 0,6               | 49,4                 |



El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia  
de ella

|   |    |      |      |      |
|---|----|------|------|------|
| Diversión y amistad   | 1  | 0,6  | 0,6  | 50,0 |
| Económica   | 25 | 15,4 | 15,4 | 65,4 |
| Económica y artístico-cultural  | 1  | 0,6  | 0,6  | 66,0 |
| El ambiente que rodea a la banda  | 1  | 0,6  | 0,6  | 66,7 |
| Hobby remunerado  | 1  | 0,6  | 0,6  | 67,3 |
| Interés por tocar un instrumento y además llevarlo al punto de que es de manera religiosa | 1  | 0,6  | 0,6  | 67,9 |
| La música   | 1  | 0,6  | 0,6  | 68,5 |
| Me encanta (hobby)  | 1  | 0,6  | 0,6  | 69,1 |
| Motivación económica y pasar buenos ratos rodeado de amigos                               | 1  | 0,6  | 0,6  | 69,8 |
| Pasar buen rato con compañeros  | 1  | 0,6  | 0,6  | 70,4 |
| Pasar el rato   | 1  | 0,6  | 0,6  | 71,0 |
| Pasión  | 1  | 0,6  | 0,6  | 71,6 |
| Religiosa   | 17 | 10,5 | 10,5 | 82,1 |



|   |     |       |       |       |
|---|-----|-------|-------|-------|
| Todas las respuestas<br>menos Religiosa | 1   | 0,6   | 0,6   | 82,7  |
| Tradicional/Familiar                    | 28  | 17,3  | 17,3  | 100,0 |
| Total                                   | 162 | 100,0 | 100,0 |       |

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)

**Tabla 8. Tabla cruzada entre motivación principal y compensación recibida**

| Motivación<br>principal             | Compensación: No<br>(%) | Compensación: Sí<br>(%) | Total (%) |
|-------------------------------------|-------------------------|-------------------------|-----------|
| Amistad                             | 0,0%                    | 1,2%                    | 1,2%      |
| Artística y religiosa               | 0,6%                    | 0,0%                    | 0,6%      |
| Cultural/Artística                  | 22,5%                   | 23,3%                   | 45,7%     |
| Devoción                            | 0,0%                    | 0,6%                    | 0,6%      |
| Disfrute, luego el<br>económico     | 0,0%                    | 0,6%                    | 0,6%      |
| Diversión y amistad                 | 0,0%                    | 0,6%                    | 0,6%      |
| Económica                           | 1,2%                    | 14,2%                   | 15,4%     |
| Económica y<br>artístico-cultural   | 0,0%                    | 0,6%                    | 0,6%      |
| El ambiente que<br>rodea a la banda | 0,6%                    | 0,0%                    | 0,6%      |



El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

|                                    |       |       |        |
|------------------------------------|-------|-------|--------|
| Hobby remunerado                   | 0,0%  | 0,6%  | 0,6%   |
| Interés por instrumento y religión | 0,6%  | 0,0%  | 0,6%   |
| La música                          | 0,6%  | 0,0%  | 0,6%   |
| Me encanta (hobby)                 | 0,0%  | 0,6%  | 0,6%   |
| Motivación económica + amigos      | 0,0%  | 0,6%  | 0,6%   |
| Pasar buen rato con compañeros     | 0,0%  | 0,6%  | 0,6%   |
| Pasar el rato                      | 0,0%  | 0,6%  | 0,6%   |
| Pasión                             | 0,0%  | 0,6%  | 0,6%   |
| Religiosa                          | 1,9%  | 8,6%  | 10,5%  |
| Todas menos Religiosa              | 0,6%  | 0,0%  | 0,6%   |
| Tradicional/Familiar               | 7,4%  | 9,9%  | 17,3%  |
| Total                              | 44,1% | 55,9% | 100,0% |

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)



**Tabla 9. Pruebas de chi-cuadrado entre motivación y compensación**

|                         | Valor               | gl | Significación asintótica (bilateral) |
|-------------------------|---------------------|----|--------------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson | 46,759 <sup>a</sup> | 20 | <,001                                |
| Razón de verosimilitud  | 62,967              | 20 | <,001                                |
| N de casos válidos      | 161                 |    |                                      |

Nota: 34 casillas (81,0 %) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,44.

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)

**Tabla 10. Medidas simétricas de asociación**

|                    | Valor | Significación aproximada |
|--------------------|-------|--------------------------|
| Phi                | ,539  | <,001                    |
| V de Cramer        | ,539  | <,001                    |
| N de casos válidos | 161   |                          |

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)

**Tabla 13. Pruebas de chi-cuadrado – Años en banda vs Religiosidad**

|                              | Valor              | gl | Significación asintótica (bilateral) |
|------------------------------|--------------------|----|--------------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 1,253 <sup>a</sup> | 3  | ,740                                 |
| Razón de verosimilitud       | 1,326              | 3  | ,723                                 |
| Asociación lineal por lineal | 1,066              | 1  | ,302                                 |
| N de casos válidos           | 109                |    |                                      |

Nota: 1 casilla (12,5 %) ha esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,69.

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)

**Tabla 14. Medidas simétricas – Años en banda vs Religiosidad**

|                    | Valor | Significación aproximada |
|--------------------|-------|--------------------------|
| Phi                | ,107  | ,740                     |
| V de Cramer        | ,107  | ,740                     |
| N de casos válidos | 109   |                          |

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)

**Tabla 14. Distribución de la religiosidad según pertenencia a una cofradía**

| Religiosidad | Cofradía: No (%) | Cofradía: Sí (%) | Total (%) |
|--------------|------------------|------------------|-----------|
| No           | 60,7%            | 7,5%             | 21,3%     |
| Sí           | 39,3%            | 92,5%            | 78,7%     |
| Total        | 100,0%           | 100,0%           | 100,0%    |

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)

**Tabla 15. Pruebas de chi-cuadrado – Variables codificadas y procesiones**

|  | Valor               | gl | Significación asintótica (bilateral) | Significación exacta (unilateral) |
|--|---------------------|----|--------------------------------------|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson                | 35,041 <sup>a</sup> | 1  | <,001                                |                                   |
| Corrección de continuidad <sup>b</sup> | 31,938              | 1  | <,001                                |                                   |
| Razón de verosimilitud                 | 31,715              | 1  | <,001                                |                                   |
| Prueba exacta de Fisher                |                     |    | <,001                                | <,001                             |
| Asociación lineal por lineal           | 34,717              | 1  | <,001                                |                                   |



|                    |     |  |  |  |
|--------------------|-----|--|--|--|
| N de casos válidos | 108 |  |  |  |
|--------------------|-----|--|--|--|

Nota: 0 casillas (0,0 %) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 5,96.

<sup>b</sup> Solo se ha calculado para una tabla 2x2.

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)

**Tabla 16. Medidas simétricas – Asociación entre variables codificadas y procesiones**

|                    | Valor | Significación aproximada |
|--------------------|-------|--------------------------|
| Phi                | ,570  | <,001                    |
| V de Cramer        | ,570  | <,001                    |
| N de casos válidos | 108   |                          |

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)

**Tabla 17. Resumen de casos válidos por variable**

| Variable                           | Incluido (N) | Incluido (%) | Excluido (N) | Total (N) |
|------------------------------------|--------------|--------------|--------------|-----------|
| religioso_cod * procesiones_cod    | 109          | 67,3%        | 53           | 162       |
| compensacion_cod * procesiones_cod | 161          | 99,4%        | 1            | 162       |
| cofradia_cod * procesiones_cod     | 161          | 99,4%        | 1            | 162       |



A continuación, se presentan las medias obtenidas para cada variable en cada grupo de procesiones\_cod.

Dado que las variables dependientes están codificadas en formato binario (0 = no; 1 = sí), las medias pueden interpretarse como la proporción de respuestas afirmativas.

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)

**Tabla 18. Informe de medias y desviaciones estándar por número de procesiones**

| procesione<br>s_cod         | Media<br>(religioso<br>_cod) | N           | Desv.<br>están<br>dar | Media<br>(compensaci<br>on_cod) | N           | Desv.<br>están<br>dar | Media<br>(cofradia<br>_cod) | N           | Desv.<br>están<br>dar |
|-----------------------------|------------------------------|-------------|-----------------------|---------------------------------|-------------|-----------------------|-----------------------------|-------------|-----------------------|
| 1 - 2<br>procesione<br>s    | .67                          | 3           | .577                  | .67                             | 3           | .577                  | .67                         | 3           | .577                  |
| 3 - 5<br>procesione<br>s    | .67                          | 2<br>7      | .480                  | .63                             | 2<br>7      | .490                  | .72                         | 2<br>5      | .454                  |
| Más de 5<br>procesione<br>s | .79                          | 7<br>9      | .410                  | .61                             | 1<br>2<br>3 | .498                  | .66                         | 1<br>2<br>2 | .476                  |
| Total                       | .79                          | 1<br>0<br>9 | .410                  | .56                             | 1<br>6<br>1 | .498                  | .66                         | 1<br>6<br>1 | .476                  |

Nota: M = media. Los valores corresponden a la proporción de respuestas afirmativas (1) en cada grupo.

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)

**Tabla 19. Distribución del sexo de los encuestados**

| Sexo            | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| No especificado | 4          | 6,1        | 6,1               | 6,1                  |
| Hombre          | 42         | 63,6       | 63,6              | 69,7                 |
| Mujer           | 20         | 30,3       | 30,3              | 100,0                |
| Total           | 66         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)

**Tabla 20. ¿Reside en Málaga capital?**

| Respuesta                              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| No, pero visito Málaga en Semana Santa | 12         | 18,2       | 18,2              | 18,2                 |
| No, soy de fuera y no suelo asistir    | 34         | 51,5       | 51,5              | 69,7                 |
| Sí                                     | 20         | 30,3       | 30,3              | 100,0                |
| Total                                  | 66         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

**Tabla 21. ¿Con qué frecuencia asistes a la Semana Santa de Málaga?**

| Respuesta           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Alguna vez          | 23         | 34,8       | 34,8              | 34,8                 |
| Casi todos los años | 5          | 7,6        | 7,6               | 42,4                 |
| Nunca               | 27         | 40,9       | 40,9              | 83,3                 |
| Todos los años      | 11         | 16,7       | 16,7              | 100,0                |
| Total               | 66         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)

**Tabla 22. ¿Consideras que la música es un elemento fundamental en la Semana Santa?**

| Respuesta                        | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| No, no es necesario              | 1          | 1,5        | 1,5               | 1,5                  |
| Sí, es imprescindible            | 54         | 81,8       | 81,8              | 83,3                 |
| Sí, pero no es lo más importante | 11         | 16,7       | 16,7              | 100,0                |
| Total                            | 66         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)



El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

**Tabla 23. ¿Irías a ver la Semana Santa de Málaga principalmente por la música y las bandas?**

| Respuesta   | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| No, me interesan más otros aspectos de la Semana Santa. | 15         | 22,7       | 22,7              | 22,7                 |
| No, no me interesa la Semana Santa de Málaga.           | 11         | 16,7       | 16,7              | 39,4                 |
| Sí, la música y las bandas son lo que más me atrae.     | 40         | 60,6       | 60,6              | 100,0                |
| Total   | 66         | 100,0      | 100,0             | 100,0                |

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)

**Tabla 24. ¿Prefieres procesiones con banda de música o en silencio?**

| Respuesta           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Con banda de música | 55         | 83,3       | 83,3              | 83,3                 |



El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

|                   |    |       |       |       |
|-------------------|----|-------|-------|-------|
| En silencio       | 1  | 1,5   | 1,5   | 84,8  |
| Me es indiferente | 10 | 15,2  | 15,2  | 100,0 |
| Total             | 66 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)

**Tabla 25. ¿Crees que la música mejora la experiencia de la Semana Santa?**

| Respuesta                                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Algo, pero no es determinante             | 4          | 6,1        | 6,1               | 6,1                  |
| No, la experiencia sería igual sin música | 1          | 1,5        | 1,5               | 7,6                  |
| Sí, mucho                                 | 61         | 92,4       | 92,4              | 100,0                |
| Total                                     | 66         | 100,0      | 100,0             | 100,0                |

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)



El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

**Tabla 26. Influencia de la música en la decisión de acudir a las procesiones**

|  | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| No, la música no me afecta             | 8          | 12,1       | 12,1              | 12,1                 |
| No, voy por la Semana Santa en general | 22         | 33,3       | 33,3              | 45,5                 |
| Sí, busco procesiones con bandas       | 36         | 54,5       | 54,5              | 100,0                |
| Total                                  | 66         | 100,0      | 100,0             | 100,0                |

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)

**Tabla 27. Elección de procesiones en función de la banda de música**

|                  | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| No, nunca        | 25         | 37,9       | 37,9              | 37,9                 |
| Sí, alguna vez   | 18         | 27,3       | 27,3              | 65,2                 |
| Sí, muchas veces | 23         | 34,8       | 34,8              | 100,0                |
| Total            | 66         | 100,0      | 100,0             | 100,0                |

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)

**Tabla 28. Descripción del papel de las bandas en la Semana Santa**

|  | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Importante, pero no esencial   | 21         | 31,8       | 31,8              | 31,8                 |
| Imprescindible, sin ellas perdería su esencia  | 41         | 62,1       | 62,1              | 93,9                 |
| Prescindible, la Fuente:<br>Elaboración propia (SPSS, 2025)<br><br>Semana Santa no necesita música | 1          | 1,5        | 1,5               | 95,5                 |
| Secundario, el protagonismo es de los tronos y las imágenes  | 3          | 4,5        | 4,5               | 100,0                |
| Total  | 66         | 100,0      | 100,0             | 100,0                |

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)

**Tabla 29. Percepción sobre el impacto turístico y económico de las bandas de música  
durante la Semana Santa de Málaga**

|  | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Algo, pero no es un impacto tan grande               | 7          | 10,6       | 10,6              | 10,6                 |
| No, la música no afecta                              | 3          | 4,5        | 4,5               | 15,2                 |
| Sí, atraen más visitantes y benefician a la economía | 56         | 84,8       | 84,8              | 100,0                |
| Total  | 66         | 100,0      | 100,0             | 100,0                |

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)

**Tabla 30. Aspectos más atractivos de la música procesional según los encuestados  
(máximo 2 opciones)**

|  | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| El impacto visual de los músicos en la procesión | 3          | 4,5        | 4,5               | 4,5                  |

El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

|  |    |       |       |       |
|--|----|-------|-------|-------|
| La calidad y variedad de las marchas                               | 5  | 7,6   | 7,6   | 12,1  |
| La emoción y el ambiente que genera                                | 11 | 16,7  | 16,7  | 34,8  |
| La calidad y variedad de las marchas. La identidad cultural que... | 13 | 19,7  | 19,7  | 54,5  |
| El impacto visual de los músicos en la procesión. La emoción...    | 13 | 19,7  | 19,7  | 74,2  |
| Ninguno, no me interesa  | 6  | 9,1   | 9,1   | 100,0 |
| Total  | 66 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)



El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia de ella

**Tabla 31. Relación entre sexo del encuestado y preferencia por procesiones con banda de música o en silencio**

|        | Con banda de música | En silencio | Me es indiferente | Total |
|--------|---------------------|-------------|-------------------|-------|
| Sexo   |                     |             |                   |       |
| Hombre | 34                  | 1           | 7                 | 42    |
| Mujer  | 17                  | 0           | 3                 | 20    |
| Total  | 55                  | 1           | 10                | 66    |

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)

**Tabla 32. Relación entre frecuencia de asistencia a la Semana Santa y valoración de la música como elemento fundamental**

|  | No, no es necesario | Sí, es imprescindible | Sí, pero no es lo más importante | Total |
|--|---------------------|-----------------------|----------------------------------|-------|
| ¿Con qué frecuencia asistes a la Semana Santa de Málaga? |                     |                       |                                  |       |
| Alguna vez   | 0                   | 19                    | 4                                | 23    |
| Casi todos los años                                      | 0                   | 2                     | 3                                | 5     |



El impacto social y cultural de las bandas de música en la Semana Santa de Málaga y su dependencia  
de ella

|                |   |    |    |    |
|----------------|---|----|----|----|
| Nunca          | 1 | 24 | 2  | 27 |
| Todos los años | 0 | 9  | 2  | 11 |
| Total          | 1 | 54 | 11 | 66 |

Fuente: Elaboración propia (SPSS, 2025)