

ESTEREOTIPOS Y REALIDAD DE LA GESTIÓN DE DISCOTECAS A TRAVÉS DE LA SERIE *LUCIFER*

José Ramón Cardona¹

Resumen:

El ocio nocturno es una oferta fundamental para muchos destinos turísticos, aunque ha estado más descuidado que otras ofertas en los análisis académicos. Es necesario añadir que alrededor del ocio nocturno, representado principalmente por las discotecas, existen muchos estereotipos y prejuicios sobre su gestión y empresariado. El objetivo de este ensayo es reflexionar sobre los estereotipos y la realidad de este sector, a través de la serie *Lucifer* (2016-2021) y el ejemplo de varios empresarios de Ibiza. El punto de partida de la serie es Lucifer Morningstar tomándose unas vacaciones de sus obligaciones en el Infierno. Lucifer abre la discoteca LUX en los Ángeles (Estados Unidos), pero solo la usa como una herramienta de lucimiento y promoción personal, representando un estereotipo muy difundido sobre los empresarios del sector. Por su parte, de la oferta de ocio nocturno de la isla de Ibiza (España) se toman varios ejemplos destacados: Pepe Aguirre (Es Paradís), Martín Ferrer (Amnesia), Pepe Roselló (Space) y Ricardo Urgell (Pachá). Cabe indicar que Ibiza es un referente internacional del ocio nocturno y los ejemplos seleccionados son muy representativos. La comparación muestra que el ocio nocturno es un sector muy complejo y con elevado riesgo, donde el éxito en la gestión de discotecas implica: experiencia previa en el sector; fuerte implicación en la planificación y gestión; innovación y reinversión continua; gran capacidad de organizar equipos.

Palabras Clave: Lucifer, Empresario, Ocio Nocturno, Ibiza, Gestión.

¹ Profesor de la Escuela Universitaria de Turismo del Consell Insular d'Eivissa y colaborador del Grupo de Investigación en Dirección y Gestión de Empresas y Destinos Turísticos (Universitat de les Illes Balears, España).
e-mail: josramcardona@gmail.com

STEREOTYPES AND REALITY OF NIGHTCLUB MANAGEMENT THROUGH THE *LUCIFER* SERIES

Abstract:

Nightlife is a fundamental offer for many tourist destinations, although it has been more neglected than other offers in academic analyses. It is necessary to add that around nightlife, represented mainly by nightclubs, there are many stereotypes and prejudices about its management and entrepreneurs. The aim of this essay is to ponder on the stereotypes and reality of this sector, through the *Lucifer* series (2016-2021) and the example of several entrepreneurs from Ibiza. The starting point of the series is Lucifer Morningstar taking a vacation from his obligations in the Hell. Lucifer opens the LUX nightclub in Los Angeles (United States), but only uses it as a tool for show off and personal promotion, representing a widespread stereotype about entrepreneurs in the sector. For its part, several notable examples are taken from the nightlife offer on the Ibiza Island (Spain): Pepe Aguirre (Es Paradís), Martín Ferrer (Amnesia), Pepe Roselló (Space) and Ricardo Urgell (Pacha). It should be noted that Ibiza is an international benchmark for nightlife and the selected examples are very representative. The comparison shows that nightlife is a very complex and high-risk sector, where success in nightclub management implies: previous experience in the sector; strong involvement in planning and management; continuous innovation and reinvestment; great ability to organize teams.

Keywords: Lucifer, Entrepreneur, Nightlife, Ibiza, Management.

1. INTRODUCCIÓN

Las obras de ficción combinan la imaginación con elementos reales que actúan de inspiración para contar historias que no son reales, pero reflejan ideas o creencias sobre realidades y visiones populares o particulares del mundo. Es decir, la ficción es un espejo distorsionado del mundo de su momento que permite reflexionar sobre la realidad y como es percibida. En este contexto, la exégesis de las obras de ficción permite reflexionar sobre la realidad y su reflejo en el arte y la cultura (Krauth, 2011). Este artículo es un ejemplo de ello, siendo analizado un aspecto específico de una serie de ficción. La serie analizada es *Lucifer* (IMDB, 2024) y el tema son los estereotipos sobre los empresarios del ocio nocturno.

En cuanto a la ficción tomada como hilo conductor, en 2016 la cadena americana Fox puso en marcha la emisión de la serie *Lucifer*, una adaptación libre del personaje de la editorial Vértigo (DC Comics). En ella el Diabolo se toma unas vacaciones en Los Ángeles, donde regenta un club

nocturno, y empieza a colaborar con la Policía de Los Ángeles en la resolución de crímenes (IMDB, 2024). La ficción siguió en sus orígenes un formato clásico de serie policíaca protagonizada por una pareja formada por una detective de la policía y Lucifer (Orlov, 2011; Reed, 2005). En las últimas temporadas adopta un enfoque menos convencional y más centrado en los problemas personales de los protagonistas.

Aparte de las reinterpretaciones teológicas sobre el ángel caído que puedan atribuirse a la serie y que ya han sido plasmadas en otras ficciones inspiradas en la angelología y demonología cristiana (Garret, 2003; Grudem, 2007; Howard, 2014), el elemento interesante es la presentación del estereotipo del empresario de club nocturno: una persona que usa el club como herramienta de autopromoción y desatiende su gestión. Este estereotipo ha causado muchos fracasos en el sector, ya que la realidad de gestionar una discoteca es muy distinta. En este artículo se revisa el estereotipo planteado en la serie y se pone en contraposición con la realidad de varios empresarios de discotecas de Ibiza. En el siguiente apartado se realiza una revisión más detallada de la serie *Lucifer* y una pequeña exégesis (Krauth, 2011) de la obra. En los siguientes apartados se revisa la historia del ocio nocturno en la isla de Ibiza, se plantea la metodología seguida, se analizan varios casos y se aportan unas conclusiones finales.

1.1 Lucifer y el LUX

La serie *Lucifer* toma como hilo conductor el personaje creado por Neil Gaiman, Sam Kieth y Mike Dringenberg para Vertigo (DC Comics), no siendo el personaje bíblico la inspiración directa. Este personaje de DC Comics apareció inicialmente en un rol secundario en el cómic *The Sandman* de Neil Gaiman, pero posteriormente tuvo su propia serie de cómics. El personaje de la serie difiere del cómic en varios elementos, siendo para ello de gran importancia las aportaciones del desarrollador y productor ejecutivo de la serie, Tom Kapinos, y del actor que interpretaba al protagonista, Tom Ellis (IMDB, 2024). Como resultado, la idea de partida es la del personaje del cómic, pero luego toma un camino narrativo distinto.

En cuanto a su trayectoria en televisión, la serie empezó su emisión el 25 de enero de 2016 en la cadena americana Fox. Inicialmente tuvo buenos resultados de audiencia y resultados mixtos de crítica, pero a lo largo de la primera temporada bajaron los niveles de audiencia manteniendo a partir de entonces unas cifras modestas pero estables. Fox decidió cancelar la serie en la tercera temporada por su baja audiencia, pero fue rescatada por la plataforma de *streaming* Netflix, que siguió con las emisiones durante tres temporadas más en un formato algo distinto (menos capítulos por temporada y mayor libertad en el guion). Esta recuperación se debió a dos motivos: la necesidad constante de material nuevo en la plataforma de *streaming*, y las audiencias de la serie eran bajas pero muy fieles. La emisión de la serie terminó el 10 de septiembre de 2021 con una sexta y última temporada (IMDB, 2024), después de plantear la finalización de la serie en la quinta temporada. Nuevamente esta última temporada fue puesta en marcha por la presión

de los aficionados. Durante las tres temporadas en Netflix, la serie *Lucifer* obtuvo buenos resultados de audiencia y crítica.

Figura 1. Fotograma de la serie: Lucifer en el LUX.



Fuente: IMDB (2024).

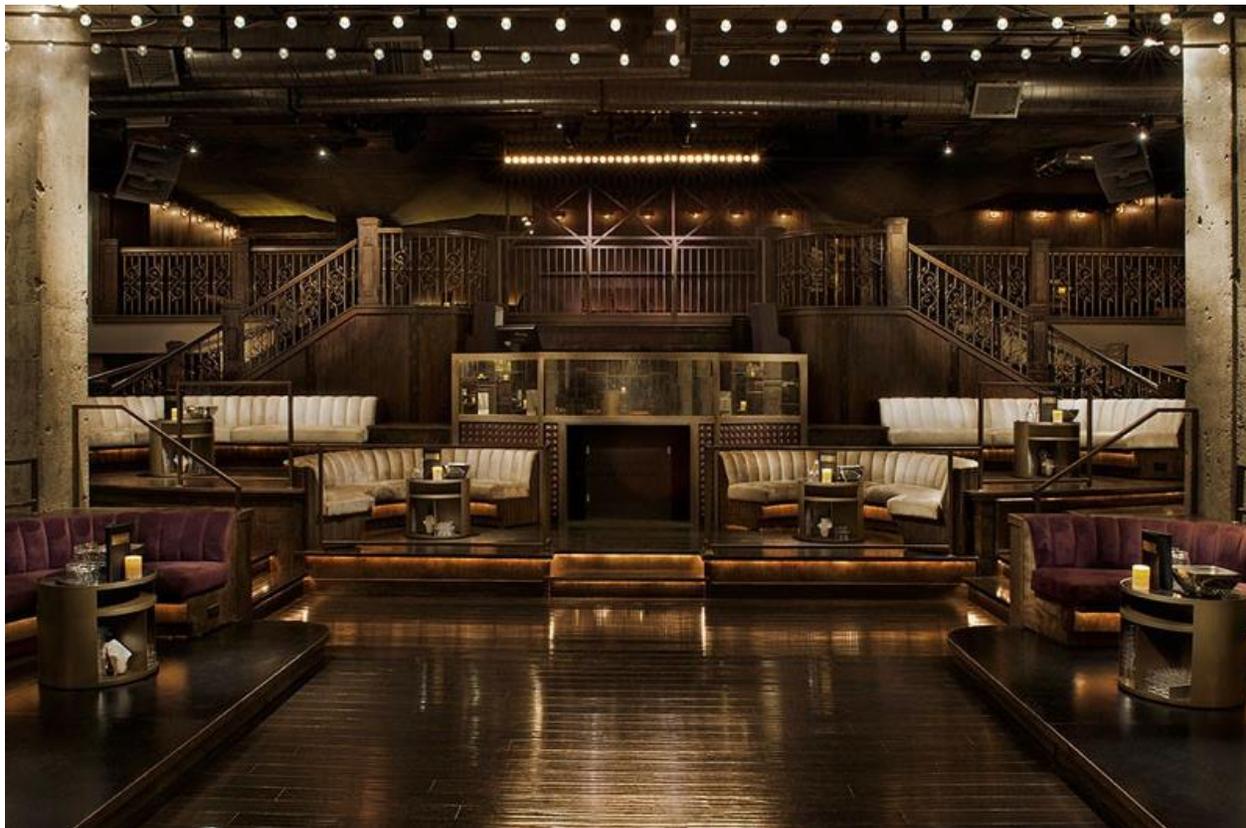
El punto de partida de la serie *Lucifer* es la historia de Lucifer Mornigstar, el ángel caído de las escrituras bíblicas (Orlov, 2011; Reed, 2005), cuando decide tomarse unas vacaciones de sus obligaciones como Señor del Infierno. Al abandonar el Infierno, en compañía del demonio Mazikeen, o “Mazi”, pide a Mazikeen que le corte las alas y opta por quedarse a vivir en la ciudad de Los Ángeles, por su ambiente social. Una vez en la ciudad adquiere varias propiedades y abre un club nocturno al que denomina LUX (Figura 1). Este nombre hace referencia a su propio nombre, ya que Lucifer deriva del latín *lux* “luz” y *fero* “portador”, significando “portador de la luz” o el que lleva el LUX.

Lucifer vive en un ático situado en el mismo edificio del club LUX, y un ascensor conecta directamente el club y el ático. En el pasado era muy habitual que la vivienda del dueño de un negocio se situara en el mismo edificio del negocio. Normalmente en la planta baja y el entresuelo había las actividades comerciales, en la planta noble vivía la familia del propietario y las plantas superiores eran alquiladas. En algunos hoteles familiares, dentro del mismo edificio del hotel había un apartamento privado para el propietario del hotel. La serie rememora esta vieja práctica y remarca la importancia del club nocturno como parte pública de la casa de Lucifer. En cuanto a otros aspectos del personaje, Lucifer viste trajes de corte clásico hechos a medida, y tiene modales y acento inglés. Para desplazarse utiliza un Chevrolet Corvette C1 de 1962 de color negro, con matrícula personalizada de California de color negro con las letras “FALL1N1” en amarillo, pero considera más exclusivos los Aston Martin, usando en uno de los capítulos un Aston Martin DB4 convertible de 1963. En cuanto a su vida personal, Lucifer muestra gran afición por una gran variedad de prácticas sexuales de todo tipo, algo lógico para el Señor del Infierno y Ángel del Deseo.

En cuanto al argumento, la serie empieza con un claro enfoque de serie policíaca procedimental, donde en cada capítulo se resuelve un caso de homicidio. Dentro de este tipo de ficción se optó por el protagonismo de una pareja de opuestos, formada por la detective Chloe Decker de la Policía de Los Ángeles (LAPD) y Lucifer Mornigstar, como consultor del LAPD. Con el paso de las temporadas, la ficción adopta un mayor peso de la fantasía y la comedia dramática, centrándose en los dilemas y dudas de los protagonistas y en las luchas entre seres celestiales, destacando el enfrentamiento entre Lucifer Mornigstar y su hermano gemelo, el arcángel Miguel, responsable de su caída y destierro al infierno. Finalmente, Lucifer encuentra su verdadera vocación ayudando a las almas condenadas a alcanzar la salvación.

Si se entra en un elemento secundario de la narrativa, pero central para el análisis planteado en este artículo, Lucifer considera el club nocturno una herramienta para socializar y para su imagen personal. El LUX le sirve a Lucifer como lugar de encuentro con todo tipo de personas, siendo conocido en la ciudad por ser el propietario de este club. Además, el club es la antesala de su apartamento privado y el lugar donde recibe a las visitas menos privadas. El ático y el club representan la vieja separación del espacio privado y el espacio público en las casas y palacios (Argit, 2020; Fernández, 1999; Peirce, 1993). También es el club LUX el espacio donde atiende las peticiones de favores y deseos que le realizan personas desconocidas. Pero Lucifer no se implica en el día a día del LUX, dejando la gestión y los problemas del club nocturno para Mazikeen, un demonio de la máxima confianza del Diablo y que trajo con él desde el Infierno. Al evolucionar la serie, Mazikeen muestra su desacuerdo con su trabajo como gestora del LUX y busca primero volver al Infierno, y después tener una vida independiente de Lucifer como caza recompensas, algo que al final consigue.

Figura 2. Emerson Theatre Club.



Fuente: IMDB (2024).

El club nocturno es una expresión de los gustos y aficiones de Lucifer, siendo un escaparate y una forma de celebrar fiestas en su casa todos los días, hay que recordar que el ático tiene acceso directo desde el club. El interior del LUX de la serie *Lucifer* es en realidad el Emerson Theatre (Figura 2), una discoteca situada en Hollywood Bulevar. A lo largo de toda la serie, Lucifer no dedica tiempo ni muestra interés en la gestión del club nocturno, mientras que Mazikeen se centra en la gestión hasta que decide abandonar el club para dedicarse a su nuevo trabajo como cazarrecompensas. En las últimas temporadas, ni siquiera está claro quien se ocupa del LUX, quizá algún empleado de confianza, pero ni Lucifer ni Mazikeen le prestan atención a la gestión, siendo sólo el contexto de diversos eventos de la serie. Es como si funcionara solo o en automático, o fuera propiedad de otra persona.

El LUX es mostrado como una herramienta de autopropaganda de Lucifer y la gestión del

club no tiene presencia en la ficción más allá de las quejas de Mazikeen. Esta imagen de las discotecas como algo sencillo y que actúa como un elemento de promoción personal y para facilitar la interacción social está muy extendido dentro de la sociedad a tenor de las declaraciones de algunos empresarios con experiencia en el sector (Ferrer, 2014).

2. EVOLUCIÓN DE LA OFERTA DE OCIO NOCTURNO EN IBIZA

Los primeros antecedentes del ocio nocturno en la isla de Ibiza podrían considerarse situados en bares, pubs y salas de baile de los años cincuenta y sesenta (Ramón *et al.*, 2015). Eran establecimientos con un enfoque distinto de los tradicionales bares y pubs, ya que la música tomaba gran importancia en su oferta y su horario era eminentemente nocturno (Ramón y Ramón, 2021; Ramón *et al.*, 2015). Estos establecimientos, situados predominantemente en el puerto de Ibiza ciudad (Planells, 2002) y en el pueblo de Sant Antoni (de Castro, 2003), sirvieron de banco de pruebas de las discotecas que se pusieron en marcha a partir de los años setenta.

También en los años cincuenta, con los beatniks y la comunidad de artistas y escritores extranjeros, empezaron las fiestas en casas particulares (de Castro, 2003). Estas fiestas fueron un antecedente de las *raves* de las décadas posteriores y, en algunos casos, el embrión de algunas de las grandes discotecas de la isla. La presencia del movimiento hippie representó un gran impulso a las fiestas en espacios abiertos y en casas de campo (Ramón *et al.*, 2015). A finales de los sesenta y principios de los setenta, con el auge hippie, estas fiestas improvisadas en casas de campo antiguas, que alquilaban a los ibicencos, y en espacios abiertos, principalmente calas y playas de la isla, se convirtieron en una rutina en verano (Ramón y Ramón, 2021; Rozenberg, 1990). Quizá en ninguna otra época las fiestas improvisadas fueron tan habituales y tuvieron tanta presencia mediática (Ramón *et al.*, 2015; Rozenberg, 1990). La imagen de libertad se había ido forjando desde los años cincuenta, pero fue con los hippies cuando la popularidad de la isla como espacio de libertad se propagó en los medios (Rozenberg, 1990). En este contexto, la libertad en las vestimentas de los hippies, que inspiró la moda Adlib (Ramón, 2016), y en las costumbres de estos jóvenes (Ramón y Serra, 2013a, 2014) fueron la constatación visual de esta imagen de Ibiza como espacio de libertad personal. En este contexto, las fiestas improvisadas eran un elemento más que reforzaba la imagen de libertad.

Durante la época hippie aparecen los primeros establecimientos que pueden ser considerados como discotecas en el sentido actual del término (Ramón, 2019; Ramón *et al.*, 2015), siendo Pachá y Glory's dos ejemplos ilustrativos. La década de los setenta es el origen de las discotecas tal y como se entienden en la actualidad. En esos años surgió la primera generación de discotecas modernas tanto en Ibiza como en el mundo. Eran establecimientos pequeños y el equipo técnico era bastante básico para los estándares actuales (Ramón, 2019). En los años setenta y ochenta la gestión era más improvisada y simple, las regulaciones menos numerosas y se tendía a incumplir la regulación existente en muchas ocasiones. Los Dj eran un trabajador más y las *performances*

eran mínimas, implicando una casi inexistencia de personal dedicado a la animación (Ramón *et al.*, 2015). Quizá haya sido la época con mayor peso de la co-creación e interacción en la experiencia de los asistentes (Ramón, 2019).

La década de los años ochenta fue la primera era dorada de las discotecas y de Ibiza como destino del turismo de ocio nocturno. Mientras que en los sesenta y setenta fueron la comunidad hippie y la presencia de otros extranjeros el principal reclamo mediático, en los años ochenta son las discotecas, los espectáculos y los bares y pasacalles del puerto de Ibiza el principal reclamo mediático (Ramón y Serra, 2013b). A finales de los ochenta y principios de los noventa se produjeron varios sucesos que causaron un bache en la evolución del turismo y el ocio nocturno de Ibiza (Ramón, 2017, 2019). El principal suceso fue una crisis internacional que afectó al turismo y a la economía de forma muy importante desde 1989 a 1993. En realidad, es la peor crisis que ha vivido el turismo de Ibiza desde los años cincuenta del siglo XX y generó una importante preocupación entre las administraciones públicas y los empresarios locales (Ramón, 2017; Ramón y Ramón, 2021; Ramón *et al.*, 2015). Por otra parte, con los años se había producido un relevo generacional en los veinteañeros del Reino Unido, principal mercado emisor de la oferta de ocio nocturno de Ibiza, y con este relevo generacional hubo un cambio en las preferencias de los potenciales turistas (Ramón, 2019). Ello generó una caída en la demanda de las discotecas hasta que consiguieron adaptarse a las nuevas modas del Reino Unido. El tercer elemento con efectos en el sector fue la obligación de cubrir totalmente los clubs nocturnos (Ramón y Ramón, 2021), con la finalidad de reducir las molestias que generaban a los residentes. Esta nueva normativa obligó a cerrar temporalmente muchas de las discotecas más importantes para realizar importantes obras de cerramiento.

Una vez superada la crisis, el sector turístico recuperó el crecimiento previo, llegando a un máximo turístico en los años 2000 y 2001. En el caso del ocio nocturno, entre 1995 y 2007 se vivió un nuevo periodo de éxito liderado por siete grandes discotecas y caracterizado por una gran permisividad de la regulación existente (Ramón, 2019; Ramón *et al.*, 2015), aunque la situación ya no era igual que en décadas anteriores. Algunos de los elementos característicos de estos años son: una nueva generación de jóvenes británicos implica nuevas preferencias y el turismo *clubber* británico está en máximos, potenciado además por la existencia de restricciones mayores en Reino Unido que en Ibiza (Ramón y Ramón, 2021; Sellars, 1998); las fiestas en casas rurales y espacios públicos evolucionan y las *raves* alcanzaron dimensiones y características que igualaban a las mejores discotecas (Ramón y Ramón, 2021; Ramón *et al.*, 2015); hay una competencia entre los grandes clubs siendo, posiblemente, los años más espectaculares por el uso de luces, pasacalles y otros elementos promocionales; las fiestas *after-hours* aparecieron en los ochenta, pero alcanzaron su máximo en esta época (Ramón, 2019).

Los excesos cometidos al amparo de una regulación laxa causaron malestar entre la

población residente y a partir de 2008 se tomaron medidas regulatorias, policiales y sancionatorias para reducir los impactos negativos de las discotecas. Entre otros elementos, significó la reducción de la contaminación lumínica y acústica, y el fin de la oferta *after-hours*. Algunos años después se modificaron algunas regulaciones, como el horario de cierre de las discotecas, debido a que habían generado más efectos negativos que positivos, pero, en general, la regulación que afecta a las discotecas ha cambiado poco desde entonces. La nueva ley turística de 2012 facilitaba que los establecimientos turísticos tuvieran actividades complementarias y, en el caso de Ibiza, se tradujo en la adopción de la actividad propia de las discotecas como actividad complementaria por parte de algunos hoteles (*Hotel Clubs*), bastantes bares y restaurantes de costa (*Beach Clubs*), varias empresas de embarcaciones chárter (*Party Boats*), entre otros casos (Ramón *et al.*, 2016). Pero esta diversidad de establecimientos generó polémicas entre los empresarios y con los residentes. Por otra parte, las fiestas ilegales en viviendas situadas en el campo han seguido e, incluso, se han incrementado durante los años de la pandemia, ya que la oferta de ocio nocturno permaneció cerrada y sin actividad durante todo el año en 2020 y 2021.

2.1 Las Principales Empresas del Ocio Nocturno en Ibiza

Desde los setenta, el ocio nocturno de Ibiza se estructura en un conjunto de establecimientos emblemáticos e internacionalmente conocidos, y una mayoría de establecimientos con una oferta que podría definirse como convencional y que no sobresale respecto a lo que puede encontrarse en muchas otras partes del mundo. Por tanto, los establecimientos de referencia de cada época y sus retos son representativos de la situación de la oferta de ocio nocturno en la isla. Los últimos cincuenta años pueden ser divididos en tres épocas.

La primera época de las discotecas de Ibiza se extendería desde mediados de los setenta hasta finales de los ochenta. Es el primer periodo de auge de las discotecas de Ibiza y en casi todos los casos tienen su origen en los años setenta, aunque no alcanzaron relevancia hasta finales de la década. Las discotecas más emblemáticas de esta época fueron Star Club, Éxtasis, Boucala, Glory's, Pachá, Angel's, Playboy, Amnesia y Ku (Ramón y Ramón, 2021; Ramón *et al.*, 2015), aunque la discoteca Ku destaca entre todas ellas y es un referente tanto para visitantes como para residentes. La discoteca Ku abrió en 1978 y antes era conocida como Club San Rafael, siendo en sus orígenes un restaurante. Durante los años ochenta, Ku fue el gran referente por su tamaño y la espectacularidad de los eventos celebrados, siendo un espacio a cielo abierto donde se celebraban eventos musicales de estilos muy distintos. A estas discotecas hay que añadir el Hotel Pikes, un pequeño establecimiento situado en una antigua casa rural cercana al núcleo urbano de Sant Antoni y que era residencia habitual de muchos de los músicos y cantantes más importantes que frecuentaban la isla en esos años (Ramón *et al.*, 2015).

Tras el bache de la crisis de principios de los noventa, se inicia una segunda época de éxito para las empresas del sector. Entre mediados de los noventa y finales de la década de los 2000,

las grandes discotecas de la isla aumentan en popularidad y son un referente internacional. En estos años destacan siete: Edén (antes Star Club), Es Paradís, Privilege (antes Ku), Amnesia, Pachá, El Divino y Space. A este grupo podría añadirse una discoteca con un enfoque más alternativo y con una oferta *after-hours*: DC-10. En esos años había muchos otros establecimientos de ocio nocturno en la isla, pero ninguno tenía el tamaño y el prestigio internacional de las siete grandes discotecas. La gestión de las discotecas, a partir de los noventa, es mucho más planificada y menos sujeta a la improvisación (Ramón *et al.*, 2015). La mejora en tecnología es muy importante y la potencia instalada en sonido y luz es muy superior a años anteriores. Por otra parte, los Dj se convierten en grandes estrellas internacionales y son uno de los atractivos principales. La importancia de los Dj y las *performances* implica que los fiestas toman gran relevancia y sus promotores también. En este nuevo contexto las fiestas tienen marca e imagen propia (Ramón, 2019), y en muchas ocasiones son tan conocidas internacionalmente como las discotecas donde se celebran.

Después de las restricciones aparecidas en 2008 y el cambio de legislación de 2012 se abre una nueva etapa caracterizada por la diversidad en los formatos. En los últimos años, los establecimientos de ocio nocturno de Ibiza que destacan por su prestigio internacional son discotecas, como Es Paradis, Pachá, Amnesia, Hí (antes Space), Eden y DC-10, hoteles con eventos en la zona de la piscina, como Ushuaïa Ibiza Beach Hotel, Ibiza Rocks Hotel y Hard Rock Hotel, restaurantes con espectáculo, como el Restaurante Cabaret Lío, y bares o restaurantes de costa, como O Beach Ibiza y Café del Mar. Algunos establecimientos están en situaciones de transición, por ejemplo, la discoteca Privilege no abre desde antes de la pandemia y hay litigios de propiedad y autorizaciones, y el hotel Destino Pachá Ibiza Resort cambiará de nombre y enfoque próximamente. Durante esta etapa diversos establecimientos de ocio nocturno de Ibiza han liderado los distintos rankings y premios internacionales. La complejidad en la gestión del sector sigue siendo igual o superior a épocas anteriores.

3. METODOLOGÍA

Este trabajo es un ensayo que realiza una exégesis (Krauth, 2011) del perfil de empresario de la noche que se muestra en la serie *Lucifer* y lo contrapone con los perfiles profesionales de varios empresarios de Ibiza con gran experiencia en el sector del ocio nocturno. Antes de realizar el estudio multicaso (Gerring, 2017; Yin, 2018) se ha realizado un repaso de la historia del ocio nocturno en Ibiza, indicando de forma somera la situación actual del sector.

4. EMPRESARIOS DEL OCIO NOCTURNO DE IBIZA

Como se ha indicado, la serie *Lucifer* muestra un estereotipo de empresario que ignora la gestión y usa el club como herramienta de autopromoción y socialización. En contraposición se

pueden analizar varios empresarios de la isla de Ibiza, cuya trayectoria profesional los hace aptos como ejemplo de empresarios de éxito. Con la revisión de los casos indicados en el Tabla 1 se espera mostrar las diferencias entre la realidad del sector y el estereotipo plasmado en *Lucifer*.

Tabla 1. Casos de estudio seleccionados.

Empresario	Establecimiento	Desde	Hasta	Tipo
José Aguirre	Es Paradís	1975	Actualidad	Discoteca
Martín Ferrer	Amnesia	1991	2021	Discoteca
Pepe Roselló	Space	1989	2016	Discoteca
Ricard Urgell	Pachá	1973	2016	Discoteca
Abel Matutes Yann Pissenem	Ushuaïa Hi	2011 2017	Actualidad Actualidad	<i>Hotel Club</i> Discoteca

Fuente: Elaboración propia.

José Manuel Aguirre Sola, también conocido como Pepe Aguirre, destaca por la discoteca Es Paradís. Es Paradís es una discoteca situada en Sant Antoni, con un aforo aproximado de 2.000 a 3.000 asistentes, que abrió en agosto de 1975 como un proyecto de Pepe Aguirre y el artista Lluís Güell. En sus orígenes se denominaba Es Paradís Terrenal, pero con el tiempo ha acertado el nombre a Es Paradís. En 1990 la normativa autonómica obligó a cerrar las discotecas y es cuando se construyó la cubierta en forma de pirámide que permite identificar fácilmente esta discoteca. Dentro de su oferta de eventos destaca la Fiesta del Agua.

Pepe Aguirre tenía experiencia previa trabajando como técnico en clubs nocturnos de la Costa Brava y optó por Ibiza como lugar de apertura de su discoteca por ser un mercado menos saturado en ese momento, ya que sólo Lola’s y Pachá representaban una competencia real. A lo largo de casi cincuenta años de historia, Es Paradís ha tenido altibajos debidos a la evolución del sector, pero ha conseguido mantenerse dentro del grupo de las grandes discotecas de Ibiza durante todo este tiempo, aunque no compite por los grandes premios y los primeros puestos de los rankings internacionales. Desde hace años, Pepe Aguirre comparte la gestión de la discoteca con su hija Marisol Aguirre a través de la sociedad Aguileal SL.

Martín Ferrer Casals es conocido por haber dirigido la discoteca Amnesia entre 1991 y 2021. La discoteca Amnesia empieza su historia en 1976 como el proyecto denominado “el taller del

olvido” del filósofo Antonio Escotado y en 1978 empezó una época irregular en cuanto a los resultados y con varios cambios de propiedad. Finalmente, el 22 de junio de 1991 reabrió bajo la dirección de Martín Ferrer. Desde entonces el tamaño de la discoteca ha crecido significativamente, teniendo en la actualidad un aforo que ronda los 4.000 asistentes. En este periodo consiguió 14 nominaciones, ganando en 4 ocasiones, al premio Best Global Club, de un total de 15 ediciones. En el ranking de la revista DJMag no ha bajado del puesto 15 desde la creación del ranking en 2008.

Martín Ferrer tenía experiencia previa en gestión y, aunque no es el fundador de Amnesia, cogió un club con una gestión y resultados erráticos durante toda la década de los ochenta y lo amplió y mejoró hasta posicionarlo como uno de los más importantes de Ibiza y el mundo durante más de dos décadas. En 2021 dejó la gestión de Joberan SA, sociedad gestora de la discoteca Amnesia, a su hijo Martín Ferrer Vega, el cual estaba fuertemente implicado en la gestión de la discoteca desde hacía años. En la actualidad, la discoteca está dirigida por un equipo de gente joven y formada, con varios años de experiencia en la gestión de la discoteca. En cuanto al cambio generacional, sólo se puede indicar que la posición de Amnesia en el ranking de DJMag ha mejorado a partir de 2022.

José Roselló Prats, popularmente conocido como Pepe Roselló, es un empresario con más de medio siglo de experiencia en la gestión de establecimientos de ocio nocturno, pero su principal proyecto en el sector fue la fundación y gestión de la discoteca Space, situada en Platja d'en Bossa. Space abrió en 1989, tenía una capacidad cercana a los 3.000 asistentes, fue muy conocida por su oferta *after-hours* en el cambio de siglo y lideró los premios y rankings internacionales hasta su cierre en 2016: consiguió 12 nominaciones, ganando en 5 ocasiones, al premio Best Global Club; en el ranking de la revista DJMag no bajó del puesto siete entre 2008 y 2017. El cierre de Space después de la temporada de 2016 fue debido a la finalización del contrato de arrendamiento del local, propiedad de Palladium Hotel Group, y no a problemas de gestión de la discoteca.

Pepe Roselló tenía formación en comercio y hostelería, y 26 años de experiencia (1963-1989) en gestión de bares, pubs y discotecas antes de abrir Space. Con la apertura de Space puso en marcha la oferta de ocio nocturno actualmente existente en Platja d'en Bossa. Space fue innovadora en diversos aspectos y la mejor valorada de Ibiza durante los últimos años de funcionamiento (Ramón *et al.*, 2015). En la actualidad, Pepe Roselló está preparando nuevos proyectos de ocio nocturno, aunque aún no es posible valorarlos.

Ricardo Urgell Martí creó un grupo empresarial dedicado al ocio nocturno diversificado y con presencia internacional que contaba con Pachá Ibiza como principal referente y símbolo. Pachá abrió en una casa de campo situada donde en la actualidad hay el Paseo Marítimo de Ibiza, en 1973. En un principio era un establecimiento pequeño (aforo de 200 personas y 16

trabajadores), pero con el paso de los años y un proceso de reinversión permanente, la discoteca Pachá alcanzó un aforo de aproximadamente 3.000 personas, dando trabajo a más de mil personas de forma directa o indirecta (Ramón *et al.*, 2015). La discoteca Pachá es una nominada habitual al Best Global Club, aunque no lo ha ganado nunca. En el ranking de la revista DJMag se mantuvo en el Top 10 hasta 2018, bajando desde entonces. En los últimos cuarenta años se han abierto docenas de franquicias de la discoteca Pachá, tanto en el resto de España como por el mundo, alcanzando algunas de ellas gran prestigio por mérito propio.

Ricard Urgell tenía formación universitaria, aunque no en gestión de empresas (algunos le apodan el “arquitecto de la noche” por sus estudios en arquitectura y su importancia en el sector del ocio nocturno), y experiencia en el sector antes de abrir Pachá Ibiza. En concreto había abierto varios establecimientos, entre ellos la primera discoteca Pachá, en Sitges entre 1965 y 1973. En realidad, Pachá Ibiza era la entrada en un nuevo destino que pronto se mostró como de gran potencial. Desde los años setenta, Pachá fue un grupo de empresas gestionado y liderado desde Ibiza, con diversos tipos de establecimientos en su cartera de productos: El Hotel (sector hoteles), Pachá (discotecas), Destino (*Hotel Club*), Lío (restaurante con espectáculo), etc. En 2017, Ricard Urgell vendió el grupo al fondo de capital riesgo Trilantic Capital Partners. Desde entonces las noticias sobre el grupo son confusas, intercalándose los anuncios de planes de expansión y los anuncios de reducciones de plantilla. En el ranking de la revista DJMag, Pachá Ibiza ha bajado desde el puesto 4 en 2016 al puesto 23 en 2023. En 2023, las discotecas y hoteles del grupo fueron vendidos a Kabir Mulchandani, un empresario indio radicado en Emiratos Árabes Unidos. Habrá que ver, a partir de 2024, cual es el resultado del cambio de propiedad y gestión de Pachá. Por su parte, las declaraciones a los medios de Ricard Urgell muestran un cierto nivel de disonancia en relación a la decisión de vender Pachá.

Estos cuatro empresarios tienen en común varios elementos: han gestionado una gran discoteca de primer nivel internacional durante varias décadas; tenían experiencia previa en el sector con establecimientos similares, pero de medidas más modestas; acumulan hasta cincuenta años de experiencia en el sector del ocio nocturno; han gestionado discotecas hasta edades superiores a los setenta u ochenta años, demostrando que la gestión del ocio nocturno no es algo sólo de jóvenes; han tenido una mentalidad de reinversión en la mejora y ampliación de sus establecimientos, una característica más cercana al empresariado industrial del norte de Europeo que al empresariado turístico local; y tenían una importante implicación en el día a día de sus establecimientos. Por otra parte, estos empresarios difieren en su presencia mediática. Mientras que Pepe Roselló y Ricard Urgell son muy mediáticos y conocidos, teniendo entradas en la Enciclopèdia d’Eivissa i Formentera desde hace unos pocos años, Martín Ferrer y, especialmente, Pepe Aguirre tienen un perfil más discreto y menos mediático, siendo conocidos dentro del sector, pero menos por el gran público.

Para completar el análisis, es interesante comentar un caso perteneciente a una generación posterior y que muestra una estrategia de gestión más cooperativa y ajustada a las doctrinas propuestas por las escuelas de negocios. Es el caso de Abel Matutes Prats, Yann-Patrick Pissenem y sus proyectos conjuntos en Platja d'en Bossa. Abel Matutes Prats es presidente de Palladium Hotel Group (Fiesta Hotels & Resorts SL) desde 2020, sustituyendo a su padre (Abel Matutes Juan) en el cargo. Antes ocupó el puesto de vicepresidente del grupo Palladium desde 2007 hasta 2020. En los años de vicepresidente puso en marcha varios proyectos, en colaboración con Yann-Patrick Pissenem: Ushuaïa Ibiza Beach Hotel, y Hi Ibiza. Yann Pissenem, a través de The Night League SL, se ocupa de la parte creativa de los eventos celebrados en los clubs, mientras que Abel Matutes se centra en la gestión empresarial de los proyectos. La colaboración entre ambos se concreta en Ushuaïa Entertainment SL, sociedad participada a partes iguales por Yann Pissenem y Fiesta Hotels & Resorts SL.

El Ushuaïa Ibiza Beach Hotel es el resultado de la reforma de dos hoteles previos de la marca Fiesta Hoteles & Resorts (Fiesta Club Playa d'en Bossa y Fiesta Hotel Platja d'en Bossa) y se componen de dos partes: The Ushuaïa Club tiene 234 habitaciones y fue abierto en 2011; The Ushuaïa Tower tiene 181 habitaciones y fue abierto en 2013. El Ushuaïa tiene dos actividades combinadas: es un hotel concebido como "un parque temático de cinco estrellas para adultos", y es una discoteca a cielo abierto que ofrece *pre-parties* en la zona de la piscina de The Ushuaïa Club. Esta combinación de actividades hizo que fuera muy grande el impacto mediático desde el primer momento, pero también las críticas por celebrar fiestas en un espacio abierto (Ramón y Sánchez, 2016; Sánchez y Ramón, 2017). Ushuaïa ha ganado en 4 ocasiones el premio Best Global Club y en el ranking de la revista DJMag se mantiene en el Top 10 desde 2015.

La discoteca Hi abrió en 2017 en el local que hasta el año anterior había ocupado la discoteca Space de Pepe Roselló. De la parte artística se ocupa Yann Pissenem y parece que ha conseguido mantener el nivel, ya que en un par de años ha pasado a ocupar los primeros lugares en el ranking de DJMag, al igual que hacía antes Space. Hi no representa una innovación tan importante como Ushuaïa, pero tenía el reto de mantener el nivel de la anterior Space con unos nuevos gestores. De momento parece que está logrando este objetivo, siendo ejemplo de un nuevo enfoque en la gestión del ocio nocturno, centrado en equipos de gestores especializados y altamente cualificados, remarcando la complejidad de gestionar el ocio nocturno.

Todos los empresarios analizados han gestionado durante muchos años discotecas de Ibiza situadas entre las mejores del mundo (Ramón *et al.*, 2015; Serra y Ramón, 2017). Son, por tanto, ejemplos de empresarios del sector con éxito y un referente real adecuado para comparar con el estereotipo mostrado en la serie *Lucifer*. Este estereotipo fue definido por Ricard Urgell:

"Normalmente, el que monta una discoteca es uno que no sabe qué hacer con su vida o uno que tiene un local y no sabe qué hacer con él, el

carnicero que tiene mucho dinero y quiere conocer a gente, el que cree que teniendo una discoteca ligará mucho, el que tiene un hijo y no sabe qué hacer con él o el que tiene una novia y la quiere lucir. Todo esto fracasa, solo triunfa el que se lo toma en serio" (Ferrer, 2014).

En la serie *Lucifer*, el personaje de Lucifer Morningstar encaja en este estereotipo: es alguien con dudas sobre cómo reenfocar su vida y utiliza el club nocturno como elemento de imagen personal y para conocer a gente, dejando la gestión del club en manos de otra persona, en este caso Mazikeen. Algunos de los emprendedores de Ibiza tenían esta idea en mente en sus inicios o planteaban el ocio nocturno como una forma de enriquecerse fácilmente, pero los empresarios que han conseguido éxitos en el sector del ocio nocturno se caracterizan por una importante implicación con sus establecimientos, capacidad de innovación (Sánchez y Ramón, 2017) e improvisación, conocimientos de gestión que con el tiempo han ido mejorando, procesos continuos de reinversión, etc. Un perfil totalmente opuesto al mostrado en la serie. En realidad, el ocio nocturno es tremendamente complejo al ser un producto intangible, las experiencias de los clientes, sujeto a procesos de co-creación del servicio y que exige mejoras e innovaciones continuas (Ramón, 2019).

5. CONCLUSIONES

El ocio nocturno de Ibiza es un elemento central de su imagen turística (Berrozpe, 2016; Berrozpe *et al.*, 2017; Ramón & Serra, 2013b), permitiendo diferenciar a la isla como destino turístico, pero es un sector de gran riesgo empresarial (Ferrer, 2014), ya que la gestión del ocio nocturno es compleja y posee múltiples retos. Ello es debido a la enorme importancia que tienen las interacciones entre clientes en el resultado final de la experiencia. Por tanto, la co-creación del servicio, las emociones y la selección correcta de los asistentes es fundamental para el éxito y sostenibilidad económica de la actividad (Toubes y Vargas, 2021). Es un sector con frecuentes fracasos empresariales, incluso en el caso de Ibiza, debido a esta complejidad y a la falta de preparación y concienciación de los emprendedores que entran en el sector (Ramón *et al.*, 2015; Ramón, 2019).

En el caso de Ibiza, muchas iniciativas empresariales confían su éxito al renombre internacional de Ibiza como destino turístico, fracasando rápidamente debido a una falta de planificación y conocimientos de gestión, además de un desconocimiento del contexto socioeconómico de Ibiza y lo que ello implica para las empresas. Con el ocio nocturno este hecho es, incluso, más habitual que en el conjunto de la economía local. Existen varios locales dedicados a funciones de discoteca que prácticamente cada año reabren con propietario y denominación nuevo. Incluso cuando hay un éxito inicial, debido a que el ocio nocturno está muy sujeto a modas, es muy probable que después de varios años de éxito entre en declive y cierre. En

este contexto, clubs con varias décadas de buenos resultados en popularidad e ingresos son logros excepcionales, algo que cumplen locales de Ibiza como Pachá, Amnesia o Es Paradís.

Por tanto, el éxito empresarial se fundamenta en el conocimiento del sector y del contexto en que se desarrolla, especialmente en el caso del ocio nocturno. Los empresarios de Ibiza con mayor trayectoria son personas con una base de formación en gestión, aunque hoy en día sería necesaria mucha más para iniciarse en el sector, y mucha experiencia trabajando o gestionando establecimientos de ocio nocturno antes de implicarse en proyectos que supongan la puesta en marcha de grandes discotecas. En la actualidad, con las redes sociales y las nuevas dinámicas sociales, posiblemente el ocio nocturno y las discotecas sea la oferta más difícil de gestionar dentro del ámbito turístico. Esta complejidad en su gestión lleva a plantear como una opción de futuro la posibilidad de crear estudios superiores especializados en la gestión del ocio nocturno, de la misma forma que existen este tipo de estudios para la gestión y dirección de hoteles.

Finalmente, indicar que este artículo es un ensayo que busca destacar la importancia de tomar en serio la gestión del ocio nocturno, pero no profundiza en los detalles del mismo. En futuros estudios deberá desarrollarse un cuerpo de conocimiento sobre las peculiaridades de la gestión del ocio nocturno, entrando en mayor detalle que en este caso.

BIBLIOGRAFÍA

- Argit, F. I. (2020). *Life after the Harem: Female Palace Slaves, Patronage and the Imperial*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Berrozpe, A. (2016). Ibiza como marca de destino turístico. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 32(S11), 111-120.
- Berrozpe, A., Campo, S., & Yagüe, M. J. (2017). Understanding the identity of Ibiza, Spain. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(8), 1033-1046.
- de Castro, F. G. (2003). *La isla perdida. Memoria de una época de Ibiza*. Eivissa, Editorial Mediterrània-Eivissa.
- Fernández, P. A. (1999). *La Casa Romana*. Tres Cantos, Ediciones Akal.
- Ferrer, J. L. (2014). De la casa payesa al emporio Pachá. *Diario de Ibiza*, 18 de noviembre. Web site: <https://www.diariodeibiza.es/> [acceso el 4 de febrero de 2024]
- Garret, L. (2003). *Teología sistemática, bíblica, histórica y evangélica*. El Paso, Editorial Mundo Hispano.
- Gerring, J. (2017). *Case Study Research: Principles and Practices (2nd Edition)*. Cambridge, Cambridge University Press.

- Grudem, W. (2007). *Teología sistemática; una introducción a la doctrina bíblica*. Nashville, Vida Publishers.
- Howard, J. (2014). *Biblia de estudio, Reina Valera 1960*. Brentwood, Holman Bible Publishers.
- IMDB (2024). *Lucifer* (TV Series). Web site: <https://www.imdb.com/title/tt4052886/> [acceso el 6 de febrero de 2024]
- Krauth, N. (2011). Evolution of the exegesis: The radical trajectory of the creative writing doctorate in Australia. *TEXT: Journal of Writing and Writing Courses*, 15(1), 1-14.
- Orlov, A. A. (2011). *Dark mirrors: Azazel and Satanael in early Jewish demonology*. New York, State University of New York Press.
- Peirce, L. P. (1993). *The Imperial Harem: Women and Sovereignty in the Ottoman Empire*. Oxford, Oxford University Press.
- Planells, M. (2002). *El Nacimiento de Babel -Ibiza Años 60-*. Eivissa, Editores José Ferrer y Vicent Guillamó.
- Ramón, E., & Ramón, J. (2021). *Historia del turismo en Ibiza y Formentera. 1900-2020*. Eivissa, Balàfia Postals.
- Ramón, J. (2016). Moda Adlib: de los hippies a los turistas. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 2(4), 177-206.
- Ramón, J. (2017). Consolidación de Ibiza como destino turístico (finales del siglo XX). *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 16, 43-62.
- Ramón, J. (2019). Reflexiones sobre el turismo de ocio nocturno de Ibiza. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 2(4), 33-51.
- Ramón, J., & Sánchez, M. D. (2016). Del hotel de playa al Hotel Club: Los hoteles con eventos musicales de Ibiza (España). *Revista Rosa dos Ventos-Turismo e Hospitalidade*, 8(4), 494-509.
- Ramón, J., & Serra, A. (2013a). Historia social del desarrollo turístico en Ibiza (décadas de 1960 y 1970). Análisis desde perspectivas historiográficas. *Investigaciones Turísticas*, 5, 86-109.
- Ramón, J., & Serra, A. (2013b). Simbiosis entre realidad e imagen en un destino turístico. *Revista Académica Hologramática*, 18(2), 3-22.
- Ramón, J., & Serra, A. (2014). Elementos de la contracultura de los años sesenta en la oferta turística de un destino maduro. *Revista Iberoamericana de Turismo (RITUR)*, 4(1), 110-124.
- Ramón, J., Azpelicueta, M. C., & Sánchez, M. D. (2016). Una clasificación de los establecimientos de ocio nocturno: El caso de Ibiza (España). *HOLOS*, 32(7), 418-437.

- Ramón, J., Azpelicueta, M. C., & Serra, A. (2015). Ibiza Nightlife: Descripción de un referente mundial en su sector. *REDMARKA: Revista Digital de Marketing Aplicado*, 15(1), 101-139.
- Reed, A. Y. (2005). *Fallen angels and the history of Judaism and Christianity: the reception of Enochic literature*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Rozenberg, D. (1990). *Tourisme et utopie aux Baléares: Ibiza, une île pour une autre vie*. Paris, Éditions L'Harmattan.
- Sánchez, M. D., & Ramón, J. (2017). Gestión de la innovación turística basada en los eventos musicales: El caso de Ibiza. *RAITES*, 3(7), 30-48.
- Sellars, A. (1998). The influence of dance music on the UK youth tourism market. *Tourism Management*, 19(6), 611-615.
- Serra, A., & Ramón, J. (2017). Host community resignation to nightclub tourism. *Current Issues in Tourism*, 20(6), 566-579.
- Toubes, D. R., & Vargas, A. (2021). Nightlife entertainment management: Social sustainability and conflict in tourist destinations. *Journal of Tourism & Development*, 36(1), 21-31.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods (6th Edition)*. Thousand Oaks, SAGE Publications.