

---

# Festival Internacional Espárrago

Francis Cuberos

## Cronología

### 1.1. Huétor Tájar. Nacimiento y consolidación

Es complicado narrar, en primera persona, la experiencia vivida con un proyecto que ha crecido y se ha ido definiendo con el transcurso del tiempo, a través de un camino que nos ha ocupado los últimos 10 años.

Aunque lo haya contado en infinidad de ocasiones, y haya iniciado un proyecto de investigación sobre el impacto económico social y cultural del Festival, nunca me había planteado reflexionar en voz alta sobre el mismo hasta este momento. Por lo tanto espero sepan disculpar el lenguaje empleado, la cantidad de datos y la excesiva carga emocional; dado que el origen y gran parte de la historia del festival se han caracterizado por la pasión e ilusión depositadas en el mismo, sin obviar el compromiso social y cultural contraído por sus responsables a lo largo de dicho recorrido.

Un proyecto que aún hoy sigue siendo económicamente dependiente, sólo puede entenderse en base al esfuerzo e ilusión de cada una de las partes involucradas. Aunque tocado profundamente, hasta el punto de tener que seguir vendiendo participaciones para poder celebrar la 15<sup>a</sup> edición en Julio del 2003, nos mostramos optimistas.

En diciembre del 2001 Media Festivals (Gran Vía Musical, PRISA) adquirió un 35%, razón por la cual se pudo celebrar la pasada edición. Si conseguimos nuevos socios, la administración nos sigue respaldando y los patrocinadores continúan invirtiendo como en este último año, nos embarcaremos en la celebración de su 15 cumpleaños con tres directos, en Huétor Tájar, Granada y Jerez de la Frontera.

## Un poco de historia

El Espárrago Rock nació en el año 1989 en Huétor Tájar (Granada), una localidad de 8.000 habitantes que desde los años 70 estaba viviendo un crecimiento económico muy importante, debido al éxito de un cultivo hasta entonces familiar, pero muy arraigado desde la época de los romanos: el espárrago verde.

La demanda crece y Huétor comienza la explotación de dicho monocultivo, hasta el punto de que en la actualidad el cultivo se extiende por toda la vega del Genil y Guadalquivir.

Es así, como a la luz de dicha expansión, se me ocurre presentar un proyecto de desarrollo rural para optimizar los recursos que la expansión de este "oro verde" estaba generando en toda la comarca (Loja, Villanueva del Mesía, Moraleda de Zafayona, Lachar, Salar, Villanueva del Trabuco, V. del Rosario, etc). Yo acababa de terminar un curso de 600 horas de Animación Socio-Cultural del INEM, por lo que a la finalización del mismo, se me ocurre preparar un proyecto de intervención social, adaptado al desarrollo rural (casi inexistente por entonces) y con elementos de los tradicionales proyectos pedagógicos cuya justificación era el desarrollo económico que el espárrago verde estaba provocando en mi comarca.

Era un proyecto de Desarrollo Rural que al calor del despegue económico del campo, pretendía generar un desarrollo integral de los habitantes de la zona. La primera y principal actividad que incluía el proyecto era la celebración de una feria agrícola que sirviera de encuentro de trabajadores, empresarios y cooperativistas del campo (no sólo del espárrago), una exposición de productos agrícola, maquinaria, semillas, abonos, etc. una degustación, un concurso gastronómico y unas jornadas profesionales sobre el espárrago a nivel nacional. Obviamente, también perseguía la identificación de marca espárrago Verde con Huétor Tájar, principal productor, y probablemente poseedor de una denominación de origen que también tiene en la actualidad.

La feria se llamó FADESPA y se celebró durante cuatro años. La última edición contó con más de 1500m<sup>2</sup> de exposición, unas jornadas gastronómicas andaluzas, la edición de un libro con las conclusiones de las jornadas profesionales. En aquella ocasión se vendieron más de 25.000 entradas y se celebró la tercera edición del Festival Espárrago Rock. Es así como el concierto se incorpora a FADESPA

buscando la financiación del mismo- pero la primera edición no se celebra hasta la segunda de la Feria, cuando la sustitución de un concejal por otro compañero de partido, amigo y socio actual de Munster, Antonio Rodríguez "El Boti", quién consigue convencer definitivamente al resto de los concejales y al alcalde de la necesidad de atender económicamente un concierto de rock como actividad cultural, paralela a la feria, para hacer tomar conciencia a los jóvenes del despegue rural de la comarca. Es así como el concierto se convierte, durante tres años, en la guinda perfecta para la Feria Agrícola, un fin de semana después de la misma.

El proyecto de Desarrollo Rural contemplaba trabajar el asociacionismo, la formación continua, la información permanente de cursos, actividades de ocio, la introducción de actividades culturales en la fiestas tradicionales, la recuperación de un cine cerrado para centro cultural, la apertura de una oficina de Información Juvenil, etc., tanto en la 3<sup>a</sup> edad como entre los jóvenes. Sin embargo, como suele ser habitual, el cambio político trajo consigo el ocaso de la feria y por ende del Espárrago Rock. Sin embargo todavía se celebraría una cuarta edición, en Huétor Tájar, por primera vez bajo gestión privada. Nuestra idea era quedarnos en la comarca, pues creíamos en la bondad del proyecto, así como en la idoneidad de su entorno natural y rural.

El Ayuntamiento de Loja nos acogió, pero cuando la publicidad estaba en la calle, nos comunicó su arrepentimiento, con lo que tuvimos que presionar en nuestro pueblo para no contraer una considerable deuda. El resultado fue impresionante, ya que cerca de 6000 personas se desplazaron desde toda Anda-

lucía, Murcia, Levante y Madrid, lo que nos animó a formalizar nuestra situación jurídica y en el año 1993 montamos Munster-Tourin Espárrago Rock Producciones S.L. y nos trasladamos a Granada, ciudad en la que el Festival se consolidaría definitivamente.

## 1.2. Granada, primer exilio, crecimiento hasta el formato actual y segunda consolidación. Desde la gestión cultural

Durante las seis ediciones celebradas en la ciudad de la Alhambra, la empresa alcanza un alto nivel de crecimiento, lo que nos posibilita poner en marcha un nuevo proyecto empresarial; una oficina de contratación artística y de gestión de proyectos culturales.

Los excelentes resultados del Festival hasta la 8<sup>a</sup> edición se debían, principalmente, a la respuesta masiva de público, puesto que como pueden observar en los gráficos de presupuestos, seguía siendo un proyecto que crecía al margen de las subvenciones y el patrocinio privado.

Los objetivos de aquella empresa no estaban muy definidos, excepto la misión de desarrollar el Festival Espárrago Rock y crear con sus beneficios una empresa de gestión de proyectos culturales. De modo que surgen toda una serie de nuevos departamentos tales como: management, agentes de contratación artística, administración, diseño de proyectos, una editorial, un departamento de contratación internacional (único en Andalucía aún, cinco años después), producción de espectáculos, promoción y asesoramiento.

Obviamente, tras el traslado a Granada, el Festival pierde su finalidad originaria de formar parte de un proyecto de desarrollo rural, aunque continúa sirviendo de apoyo a la identificación de Espárrago Verde, espárrago de Huétor, al coincidir su celebración con la campaña de producción del mismo.

Las actividades paralelas de carácter formativo y lúdico alrededor de la música empiezan a tomar cuerpo en Granada gracias, en primer lugar, a la receptividad de Luis García Montero, responsable entonces

del Vicerrectorado de Extensión Universitaria, y, posteriormente, a la gran respuesta de público. Las más destacadas fueron unas jornadas sobre el sector de la música, un ciclo de cine musical y los talleres de clown.

Desde el primer momento pensamos que organizar el festival bajo el epígrafe de una SL no era lo más apropiado. Una asociación cultural sin ánimo de lucro era la entidad ideal, especialmente por aquellos tiempos, donde la industria cultural no existía, estaba en manos de la Administración (en Andalucía, hoy, todavía lo está en un gran porcentaje). Esta ha sido la principal causa del desgaste sufrido por conseguir y mantener las subvenciones necesarias para este tipo de proyectos en nuestra comunidad. Como he comentado se trataba de un proyecto privado, y, entonces, no se entendía la producción mixta con la administración como ahora. Otra razón destacable era la idea equívoca de estar enriqueciéndonos año tras año, por desconocimiento de los costes e inversión requerida.

Así, con imaginación, intuición, aplicando el conocimiento adquirido en otras disciplinas, y con muchísimo esfuerzo e ilusión, llegamos hasta los primeros problemas financieros con la novena y décima edición. Problemas derivados, fundamentalmente, de doblar la oferta, es decir, de convertir definitivamente el Espárrago Rock en un auténtico Festival anglosajón, con varios días de duración repartidos a lo largo de varios escenarios, mercadillos, gastronomía, talleres, actividades paralelas y área de acampada. Probablemente la economía andaluza no podía soportarlo, mucho menos si el 85% de los ingresos procedían del público. Además de haber aparecido la competencia con Festimad, Benicassim y Dr. Music -en un principio- y Viña Rock, Derrame Rock, Festival del Sol, Fiestas de la Primavera, etc., -poco después-.

Dichos eventos empiezan a contar con la participación de algunos de los más importantes mayoristas

---

Tras el traslado a Granada,  
el Festival pierde  
su finalidad originaria

del mercado internacional, y el Espárrago empieza a notar las primeras adversidades que junto a otras que comenté a continuación, darán origen a toda una serie de problemas que acabarían forzando el segundo exilio.

En el año 1996 habíamos celebrado un Espárrago Chico en Jerez, pero al no cumplir las expectativas lo abandonamos, a pesar de que el Ayuntamiento de Jerez insistiese en lo contrario.

En el Ayuntamiento de Granada el PP sustituye al PSOE, y hemos de empezar de cero buscando la complicidad del gobierno municipal hacia un proyecto que estaba colocando a Granada en el mapa musical de Europa, y que cubría un hueco en el desarrollo cultural, económico y turístico de esta ciudad. Además, el recinto Ferial donde se celebraba habitualmente el Festival, IFAGRA, desapareció como institución con la nueva política municipal, y nace la incertidumbre sobre dónde albergar un evento, que se prepara durante varios meses antes con un presupuesto que rondaba los 150 millones de pesetas.

A pesar de todo teníamos decidido no movernos si conseguíamos alrededor de 15 millones de subvención por parte de la administración pública granadina. Pero la apuesta del Ayuntamiento de Jerez fue tan fuerte que terminó por convencernos de lo contrario. La administración jerezana nos sorprendió doblemente, con el espacio propuesto, la cesión del Circuito de Velocidad, y una subvención de 32.5 millones -entre Ayuntamiento y Diputación- por 5 años. Justo aquí se inicia el camino de una producción mixta necesaria para este tipo de proyectos que se equipara al resto de España y Europa, con aportaciones del sector público alrededor del 30% del proyecto, otro 30% por patrocinadores privados y un 40% restante por el empresario.

En cuanto al patrocinio, éste se limitaba a alternar una marca de refresco y cerveza por otra, destacando la decisiva implicación de Cervezas Alhambra durante 7 años, incluso tras el traslado a Jerez. A todos los inconvenientes que un director de marketing se encontraba en una actividad de pop-rock, en nuestro

caso, se le sumaban situarnos en Andalucía, con la consiguiente subordinación presupuestaria. Por las dificultades comentadas de una buena comercialización y por la optimización de la contratación, como a continuación veremos, es por lo que decidimos incrementar nuestra presencia en Madrid, primero con visitas quincenales, y finalmente con el alquiler de una casa oficina en el corazón de la industria musical. La evidencia de un dato como el siguiente así lo aconsejaba. Hasta la fecha, nunca el patrocinio había supuesto más de un 5% del presupuesto total, luego algo fallaba.

### La programación artística

La programación pasa de 1 escenario de rock a cuatro, dos de rock y sus derivados, uno de música electrónica y otro de flamenco. El tercero para acoger el novedoso estilo musical que por entonces se llamaba "bacalao" y el cuarto espacio para aportar nuestro granito de arena al desarrollo de la cultura andaluza entre un público que difícilmente accedería a este arte en un teatro o auditorio. Las dos últimas ediciones contaron con dos días de programación con cuatro escenarios.

Desde su nacimiento y desarrollo en Granada consideraba importante incluir grupos cuyo contenido artístico iba ligado a su mensaje político-social. Obviamente, se tenía en cuenta la edición de nuevos trabajos, la innovación, calidad compositiva e interpretativa, venta de discos y su trayectoria. Por otro lado se programaban los estilos derivados del rock, el rap, reggae, ska y se obviaba casi por completo el pop, indie o noise. De todas formas siempre creímos en el eclecticismo musical, hasta llegar a incluir artistas de world music en las últimas ediciones.

Por último, decir que en seis años pasamos de incluir 4 a 60 bandas (incluidos Djs), y de un día de programación a tres.

Por inercia del crecimiento introducimos en Münster un apartado de management y otro de producción de conciertos, nacionales e internacionales. El perso-

nal que atendía estas ampliaciones no era especializado, tenía la experiencia adquirida con el Festival, con lo cual nuestra empresa tenía un carácter más cooperativista, que de empresa. Los puestos de trabajo que se generaban con este crecimiento imparable del Festival, se pretendían preservar con la ampliación de actividad, generando nuevos departamentos, evidentemente, no era el camino más fácil, ni el más barato, pero sí el que nos convencía por aquel tiempo, espíritu colectivo.

De este modo, el Festival acrecenta en Granada su compromiso político social por la programación, por la dedicatoria anual -4<sup>a</sup> contra la Expo; 5<sup>a</sup> por la objeción e insumisión; 6<sup>a</sup>, por la naturaleza, con motivo de la celebración de Granada 95; 7<sup>a</sup>, contra la xenofobia y la intolerancia; contra el bloqueo a Cuba y a Federico en su 100 aniversario-, etc; por albergar un mercadillo de colectivos y ONGs- a la ONG Entrepueblos se le cedió alrededor de 1.5 millones de pesetas en total para dos proyectos en Centroamérica; igualmente se hizo con Acción Alternativa (antiguo MCA) dejándoles la explotación a porcentaje de algunos espacios de comida y en varias ocasiones las barras del Festival-; y por la cesión de algunos espacios para su explotación a varios colectivos.

Por último durante varias ediciones existió un mercadillo paralelo al comercial donde asociaciones, colectivos y ONGs difundían y daban a conocer sus propuestas.

Todo acabó, excepto la cesión de la explotación de las barras a Acción Alternativa que se ha prolongado hasta el año 2001, gracias a un entendimiento y profesionalidad exquisitos. Algunos de estos colectivos provocaban tales discusiones, debates y disconformidad contra nuestras solidarias y sanas propuestas que llegaron al extremo de convocar durante dos años consecutivos un boicot en la puertas del Festival, poniendo en gran peligro los accesos y celebración del mismo. Curiosamente, llegó a celebrarse un Festival anti-espárrago durante tres ediciones la noche del viernes en Granada capital, concierto que creció has-

ta llegar a vender más de 1000 entradas.

Era increíble, como con la más sana y solidaria intención de llevar a cabo acciones de este tipo por creer en un cambio social, se volvió contra nosotros mismos. De pronto, éramos contra sistema para la administración, los patrocinadores privados decidían no entrar por observar este contenido revolucionario (Marlboro nos invitó a demandarles al incumplir un contrato de patrocinio cuando se dieron cuenta, días antes del Festival, de la dedicatoria "contra el bloqueo a Cuba" ) y los colectivos, que habitualmente simpatizaban participando activamente en el festival, le dieron la espalda. Sin embargo esto no afectó a la masiva afluencia de público, aunque sí propició bastantes altercados de orden público en las puertas del recinto convocados por los colectivos más radicales que pedían que el Festival fuese gratuito, y lo tachaban de capitalista.

#### Proyecto de turismo cultural no tardó en aparecer por inercia

Hoy día, sigo sin tener muy claro el motivo por el cual las administraciones no se sumaban progresivamente al proyecto que consiguió poner a Granada en al mapa del circuito español y europeo de la música independiente. Fuimos los pioneros en Andalucía en desarrollar una actividad turística cultural con el incentivo de conseguir al más difícil de los clientes, el público joven. Además, contábamos con una de las ciudades andaluzas más atractivas y universitarias. Hoy día, en Granada, la industria turístico-cultural está en pleno auge, pero por entonces el Espárrago Rock llegó a estar por delante, incluso, del Festival Internacional de Música y Danza. Lo estuvo, por ejemplo, en convocatoria, en el impacto económico y en el retorno promocional del Festival que se calculó en algo más de 350 millones, durante su última edición.

Tras el Espárrago, Granada es la ciudad andaluza más visitada por el circuito de giras internacionales; una de las provincias donde más festivales de pueblo se programan; se observa la mayor concentración de

bandas a nivel andaluz; ofrece el mayor número de salas de ensayo y de locales de directo; por último, cuenta con la más rica programación de pop-rock, música étnica y electrónica de Andalucía. Algo que afecta a otros sectores de la industria cultural como el teatro, el clown, la danza, la clásica, tradicional, etc.

### 1.3. Jerez de la Frontera

El Gran Espacio, vuelta e empezar,  
tercera consolidación y segundo exilio

La primera novedad en el nuevo escenario del Festival es la pérdida de su contenido político, social y solidario. Algunas razones han sido expresadas anteriormente. Habría que añadir otras, pero la más importante consiste en la dificultad empresarial de desarrollar contenidos excesivamente comprometidos tanto por las administraciones y empresa privada que los apoyan. Sin embargo, existen vías y colectivos profesionalizados con quienes se pueden desarrollar actividades solidarias, más que aquellas de tintes claramente políticos. En Jerez, y durante dos años hemos seguido trabajando con Acción Alternativa con buenos resultados para ambas partes. Por otro lado, ha sido decepcionante comprobar cómo en el sector de la música llega a haber tanto capitalismo salvaje (enmascarado de compromiso social) como en cualquier multinacional. De hecho algunas bandas son auténticas multinacionales.

El apartado solidario no ha desaparecido, sólo se encuentra aparcado hasta que el Festival se recupere económicamente.

De cualquier manera creo que nuestro proyecto como algunos otros, conlleva, intrínsecamente unos valores sociales que intentamos cuidar tanto en la oferta artística, como en las actividades paralelas, en la contratación de personal, en las políticas de voluntariado, en la calidad del espectáculo, en la convivencia pacífica, en los servicios al público

Desde hace un tiempo estamos cerrando acuerdos de colaboración con diferentes entidades educativas para ampliar la oferta cultural y formativa del Festi-

val, entre otras, me gustaría destacar los de la UCA, Artenet de Fundación Autor, las Escuelas de Arte y Oficio de Cádiz y Jerez, así como con el Master de gestión cultural de la Universidad Complutense.

### En cuanto a la gestión cultural

El Espárrago ha tenido que profesionalizarse, reciclarse, estructurarse, planificarse y evaluarse aún más desde el último traslado. He de confesar que por momentos nos hemos sentido impotentes por falta de preparación y de especialización. La continua actividad de reciclado y las reorientaciones encaminadas a conseguir llenar esas lagunas mencionadas nos han posibilitado llegar hasta aquí en una "carrera milagrosa", como decía al principio, tras un traslado en plena consolidación y una suspensión por causas de fuerza mayor (climáticas).

En la industria cultural, al igual que en otros sectores sociales, formativos, tecnológicos, etc., deben darse los mecanismos para favorecer la producción mixta entre el sector público y privado, pues de esta manera, se facilita y favorece al acceso a la cultura, así como el desarrollo integral de los ciudadanos con una mejor optimización de los recursos económicos, materiales y personales. El Espárrago ha conseguido, por fin, un acuerdo de colaboración con la administración que le permite seguir adelante. Sin una aportación de un 30% aproximado del total del presupuesto, un proyecto cultural de este tipo no podría ser viable en nuestra comunidad. Pero tampoco lo es, si la programación artística no se abre a sectores mayoritarios, es decir, si no se da entrada al sector comercial de la música, en nuestro caso. De lo contrario habría que reducir el formato y la oferta, adaptándola a la demanda de un producto más alternativo y underground. Por ello, la comercialidad en el programa ha aparecido en el

---

La historia de marginalidad  
vivida por este proyecto  
con respecto  
a la administración nos hacen  
imprescindible buscar otros  
compañeros de viaje

Festival en las últimas tres ediciones. A esto le hemos añadido un retorno a la programación nacional, que suele copar el mercado de la música en todos sus ámbitos, en detrimento de la presencia internacional, que, por otro lado, pertenece a un mercado más salvaje e inestable.

Por otro lado se está haciendo un gran esfuerzo en la política de precios, obligada por nuestro entorno, dado que se calcula que algo más de un 70% del público procede de Andalucía. Hoy día el Espárrago puede presumir de ser el Festival más barato de los existentes en España con similar oferta.

En estos momentos nos encontramos trabajando en el presupuesto de gastos del Festival para poder optimizarlo al máximo. Igualmente, se dedica mucho tiempo a la captación de patrocinadores, asignatura pendiente hasta la pasada edición, que por primera vez nos acercábamos a ese 30% ideal del que hablaba (40 millones de pesetas). Durante toda la historia del Festival, este porcentaje de aportación de patrocinadores no ha superado el 12%, en el mejor de los casos (14 millones de pesetas).

Y, como decía al principio, la historia de marginalidad vivida por este proyecto con respecto a la administración, su ubicación en Andalucía con menor consumo musical y lejos de los circuitos internacionales, los errores de gestión cometidos y el desastre natural sufrido, nos hacen imprescindible buscar otros compañeros de viaje, justo ahora que el proyecto ha encontrado su rentabilidad, su tercera consolidación económica.

Creo que su continuidad es importante para el desarrollo del sector en Andalucía, como lo ha sido desde su nacimiento, además de ser un evento eminentemente cultural, social, turístico y económico para nuestra tierra.

F.C.

## **Presupuestos, subvenciones, patrocinio, la economía del Festival y de la empresa**

### **P Gastos**

#### **Espárrago**

|   |       |   |      |    |       |    |       |
|---|-------|---|------|----|-------|----|-------|
| 1 | 4,5 k | 5 | 10 k | 9  | 110 k | 13 | 220 k |
| 2 | 5 k   | 6 | 12 k | 10 | 150 k | 14 | 190 k |
| 3 | 6 k   | 7 | 30 k | 11 | 200 k |    |       |
| 4 | 7 k   | 8 | 45 k | 12 | 250 k |    |       |

TOTAL 1.222.000.000 pts / 87.000.000 pts media (7.340.000 E / 520.000 E media)

#### **Munster**

|                           |                |
|---------------------------|----------------|
| Festival womad 95 granada | 80.000.000 pts |
| Almadraba                 | 10.000.000 pts |
| Espárrago Jerez           | 24.000.000 pts |
| Jerez 2002-11-21          | 16.000.000 pts |

TOTAL 116.000.000 pts (700.000 E)

Contratación artística y otras producciones ..... 660.000.000 pts

#### **Asistentes**

|   |           |   |            |    |            |    |            |
|---|-----------|---|------------|----|------------|----|------------|
| 1 | 2.200 PAX | 5 | 7.300 PAX  | 9  | 9.500 PAX  | 13 | 13.900 PAX |
| 2 | 4.300 PAX | 6 | 8.000 PAX  | 10 | 12.000 PAX | 14 | 13.000 PAX |
| 3 | 2.500 PAX | 7 | 14.300 PAX | 11 | 7.500 PAX  |    |            |
| 4 | 5.700 PAX | 8 | 8.500 PAX  | 12 | 18.500 PAX |    |            |

TOTAL PAX / DÍA 113.100 PAX más invitados

#### **Subvenciones**

#### **Patrocinio**

Puestos de trabajo fijos, una media de 12 durante 10 años.

Proyectos más destacados: Festival Espárrago, Womad Granada 95, Almadraba 97, Festival de Teatro Clásico de Mérida 2000, Emeritalia 2000, Womad Cáceres, 2001/casco viejo 2000, Granada 96-Centro de cultura.

Giras internacionales: US-3, Los Fabulosos Cadillacs, Ozzomatli, Aterciopelados, Maldita Vecindad, King Chango, Orquestachekkara, Orquesta Femenina Andalu-sí, The Masters Musicians of Jajouka, Babes in Toyland, Toy Dolls, Inmaculate Fulls, The Oyster Band.

Giras internacionales: Manolo García, Extremoduro, Barricada, Sociedad Alcohólica, Negu Gorriak, Radio Membá, Ska P.

Management: Enrique Morente, Estrella Morente, Los Activos, Los delinqüentes, Cía. Javier Barón, EA!, Segundo Falcón, Tatamka, El Puchero del Hortelano, Canker, Lagartijanik, Escorzo.