

/ AUTOR

Nando Cruz.

/ CORREO-E

nandocruz32@gmail.com

/ ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL

Profesional independiente. Periodista musical.

/ TÍTULO

Festivales de música: es hora de recapitular.

/ RESUMEN

Este ha sido el primer verano sin festivales. Para algunos ha sido una debacle económica. Para otros, una temporada de sequía en sus hábitos de consumo de música en vivo. Las pocas citas que han conseguido celebrarse son justamente aquellas que tenían un tamaño razonable y podían readjustarse a las nuevas medidas. Es una pista que nos obliga a pen-

sar si estos eventos de dimensiones sobrehumanas tienen sentido. Es hora de valorar pros y contras y, tal vez, plantear modelos de consumo musical donde los festivales vayan perdiendo el protagonismo desmedido que han obtenido en las últimas décadas.

/ PALABRAS CLAVE

Festivales, música, extractivismo, precariedad, turismo, patrocinio subvención, salas de conciertos.

/ Artículo recibido: 06/10/2020 **/ Artículo aceptado:** 16/10/2020

/ AUTHOR

Nando Cruz.

/ E-MAIL

nandocruz32@gmail.com

/ PROFESSIONAL AFFILIATION

Freelance. Music journalist.

/ TITLE

Music festivals: Time to recap.

/ ABSTRACT

This has been the first summer without festivals. For some it has been an economic debacle. For others, a dry season in their live music consumption habits. The few festivals that have managed to be held are precisely those that had a reasonable size and could be readjusted to the new measures. It is a clue that forces us to think if those events of superhuman dimensions make any sense. It is time to

consider the pros and cons of this big events and, perhaps, propose models of musical consumption where festivals gradually lose the excessive prominence they have obtained in recent decades.

/ KEYWORDS

Music, Festivals, Extractivism, Precariousness, Tourism, Sponsoring, Public grant Concert venues.



Festivales de música: es hora de recapitular

/ Nando Cruz

Festivales de música: es hora de recapitular

Nando Cruz

78

Este ha sido el primer verano sin festivales. Para algunos ha sido una debacle económica. Para otros, una temporada de sequía en sus hábitos de consumo de música en vivo. Las pocas citas que han conseguido celebrarse son justamente aquellas que tenían un tamaño razonable y podían readjustarse a las nuevas medidas. Es una pista que nos obliga a pensar si estos eventos de dimensiones sobrehumanas tienen sentido. Es hora de valorar pros y contras y, tal vez, plantear modelos de consumo musical donde los festivales vayan perdiendo el protagonismo desmedido que han obtenido en las últimas décadas.

Pasado

«Si hace veinte años alguien me llega a decir que los festivales concentrarían la mayor parte del negocio de la industria musical, lo hubiese tomado por loco». Son palabras de un empresario discográfico andaluz. Las pronunció en 2015. Por lo tanto, estaba fechando aquella profecía en 1995. Aquel verano se celebraba la primera edición del Festival Internacional de Benicàssim, el certamen indie en el que cualquier sello y distribuidora quería estar presente para

vender sus discos, fanzines y camisetas. Él mismo estuvo allí. Y absolutamente nadie hubiese imaginado aquel verano de 1995 que la primera edición del FIB marcaría el devenir de la música en vivo en España. Pero así ha sido.

El FIB no fue el primer macrofestival español. Un año antes había nacido el Sónar barcelonés y en 1993 el granadino Espárrago Rock iniciaba ya su etapa de crecimiento internacional. Y, por supuesto, a principio de los años noventa había festivales de música clásica, de jazz y de músicas de raíz a lo largo y ancho de la península; aunque en estos casos, se trataba mayoritariamente de ciclos de actuaciones diseminadas en períodos que podían ir de la semana al mes. Sin embargo, en 1995 los organizadores del FIB importarán un puñado de ideas de Inglaterra que, más pronto que tarde, replicarán incontables citas estatales y acabarán forjando el modelo imperante de festival musical en España.

De entrada, e inspirado por el festival de Reading, el FIB planteó ya en su primera edición un formato de maratón intensivo de fin de semana. Hoy aquellas treinta actuaciones a lo largo de tres jornadas parecerían un festival de bolsillo, pero hasta 1995 era imposible encontrar en España un certamen con tantísimas actuaciones en tan pocos días. Al año siguiente, el FIB ya incorporaría un segundo escenario para

distribuir entonces a sus más de cuarenta grupos, pero para entonces, e inspirado en este caso por eventos de corte más generalista como Glastonbury y Roskilde, el Doctor Music Festival presentaba sus cartas como quien dobla una apuesta ya de por sí osada: cuatro escenarios y casi sesenta conciertos en los mismos tres días. Era solo el principio de una carrera por el festival más descomunal. Una competición que cada año parece haber llegado a su límite, pero que cada verano crece algo más. Si en 1995 alguien nos hubiese dicho que acabaríamos viendo festivales con doce escenarios y más de 200 actuaciones, también lo hubiésemos tomado por loco. Una vez más, así ha sido.

En el FIB y el Doctor Music coincide otra circunstancia que marcará el carácter del festival español de ahí en adelante: su concepción como evento que, más allá de su valor cultural, genera turismo. El FIB aterriza en Benicàssim del modo más casual: porque tres jóvenes empresarios leoneses conocen a alguien que conoce al concejal de cultura de esa localidad castellonense. Por su parte, el «festival de la vaca» se planta en los bucólicos prados de Escalarre porque su director, barcelonés, está enamorado de esa zona remota del Pirineo de Lleida. Uno será el festival de playa en una localidad sin ninguna tradición musical. El otro, un festival de montaña en un valle perdido a cuatro horas en coche de Barcelona. A nadie de esas localidades se le hubiese ocurrido jamás organizar un evento de estas dimensiones. En ninguno de los dos casos había un público autóctono que lo demandase. Los festivales les cayeron del cielo. Y con ellos, miles y miles de visitantes. Las primeras hordas de turistas festivaleros.

A diferencia de Inglaterra, en España los festivales empiezan a brotar en un contexto cultural en el que los aficionados a la música apenas tienen posibilidad de ver a estos grupos el resto del año, a menos que vivan en Madrid o

Barcelona; y, a veces, ni eso. En Inglaterra, los festivales son un modelo de consumo musical asentado desde los setenta y que complementa un hábito muy extendido que es el asistir a conciertos en salas durante el año. En España, no existe tanto público habituado a ver conciertos en salas; por lo tanto, el público festivalero se tiene que crear prácticamente de cero. Y, para ello, hay que ofrecerle reclamos llamativos. Son nombres clásicos o grupos de moda cuyos agentes exigen cachés desorbitados para acceder a actuar en un país con escasas ventas de discos y que hasta bien entrada la década de los noventa ni habían estado nunca en su mapa de prioridades a la hora de confeccionar las giras.

Para entrar con buen pie en la liga de los festivales europeos hacia falta prestigio o dinero. Y mientras no se tuvo lo primero, hubo que soltar lo segundo. Durante años, España fue el paraíso para los agentes internacionales, que cerraban cachés desorbitados por actuar en nuestros festivales; cifras que nadie les hubiese pagado en otros países. ¿Y cómo costea un festival cuyos numerosos cabezas de cartel piden ingentes sumas de dinero por venir a España si no existe una gran masa pública capaz de amortizarlo con el precio de las entradas? Hay solo dos caminos: el patrocinio privado o la subvención pública.

Así empieza a forjarse la gran burbuja de los festivales: un modelo de negocio que, en su mayoría, se basa en acumular conciertos en cantidades imposibles de digerir ante audiencias poco formadas y con escasa oferta musical el resto de año que verán en el festival un nuevo y ameno modelo de ocio cultural. Un modelo cultural que lleva incorporada la promesa de la riqueza para el territorio en virtud de ese atractivo turístico que conlleva y que durante la siguiente década, década de bonanza económica y pelotazos urbanís-

El FIB no fue el primer macrofestival español. Un año antes había nacido el Sónar barcelonés y en 1993 el granadino Espárrago Rock iniciaba ya su etapa de crecimiento internacional.

ticos, multiplicará hasta el infinito el número de festivales musicales en la geografía española.

Dos décadas después del comentario de aquel empresario discográfico andaluz, casi nada puede sorprender ya. Las grandes cerveceras sostienen con sus inyecciones económicas el grueso de los festivales estatales. También bancos, empresas de telefonía y multinacionales de la moda, cómo no. Y, por otro lado, decenas de festivales nacen, se trasladan de municipio y desaparecen en función del dinero público que reciben de unas u otras administraciones. Hablamos de cifras con muchos ceros: en 2017, el ayuntamiento de Bilbao aportaba 1'4 millones de euros al festival BBK Live y cubría así un 20% de su presupuesto. Un presupuesto a años luz de aquella primera edición del FIB.

En estas dos décadas los festivales han crecido de tal modo que la última tendencia económica en el gremio es la venta de acciones a fondos de inversión extranjeros. Así ocurrió hace un par de temporadas con el Sónar, el Primavera Sound. Esos festivales españoles, nacidos a imagen y semejanza de las grandes citas británicas, que programaban bandas de gran éxito en el extranjero de escaso tirón en España, descubrieron que su capacidad de crecimiento y subsistencia pasaba por atraer al público extranjero. Y pronto nos vimos acudiendo a festivales en los que más de la mitad del aforo hablaba inglés. Pues bien, llegados a ese punto, el siguiente paso sería vender el festival a empresarios de los países que aportaban tanto los grupos como los espectadores.

Una década después de su nacimiento, el FIB pasaba a manos inglesas en un proceso que culminaría en 2009. Así se convirtió en un festival inglés en territorio español al que, por supuesto, seguían acudiendo muchos grupos y espectadores españoles. Aquella sensación tan extraña que se percibía en Benicàssim, la de estar en un Gibraltar musical, también se fue acentuando en el Sónar y el Primavera Sound, con el agravante de que, en estos dos casos, la venta de importantes lotes de acciones a fondos de inversión estadounidenses supone uno de los más fulgurantes trasvases de dinero público —todas las aportaciones del ayuntamiento de Barcelona y demás administraciones autonómicas y nacionales— a manos privadas. En apenas un cuarto de siglo, el negocio de los macrofestivales, aquel que en 1995 solo osaban tantejar unos temerarios pioneros, entraba de lleno en el mundo de las grandes finanzas.

Presente

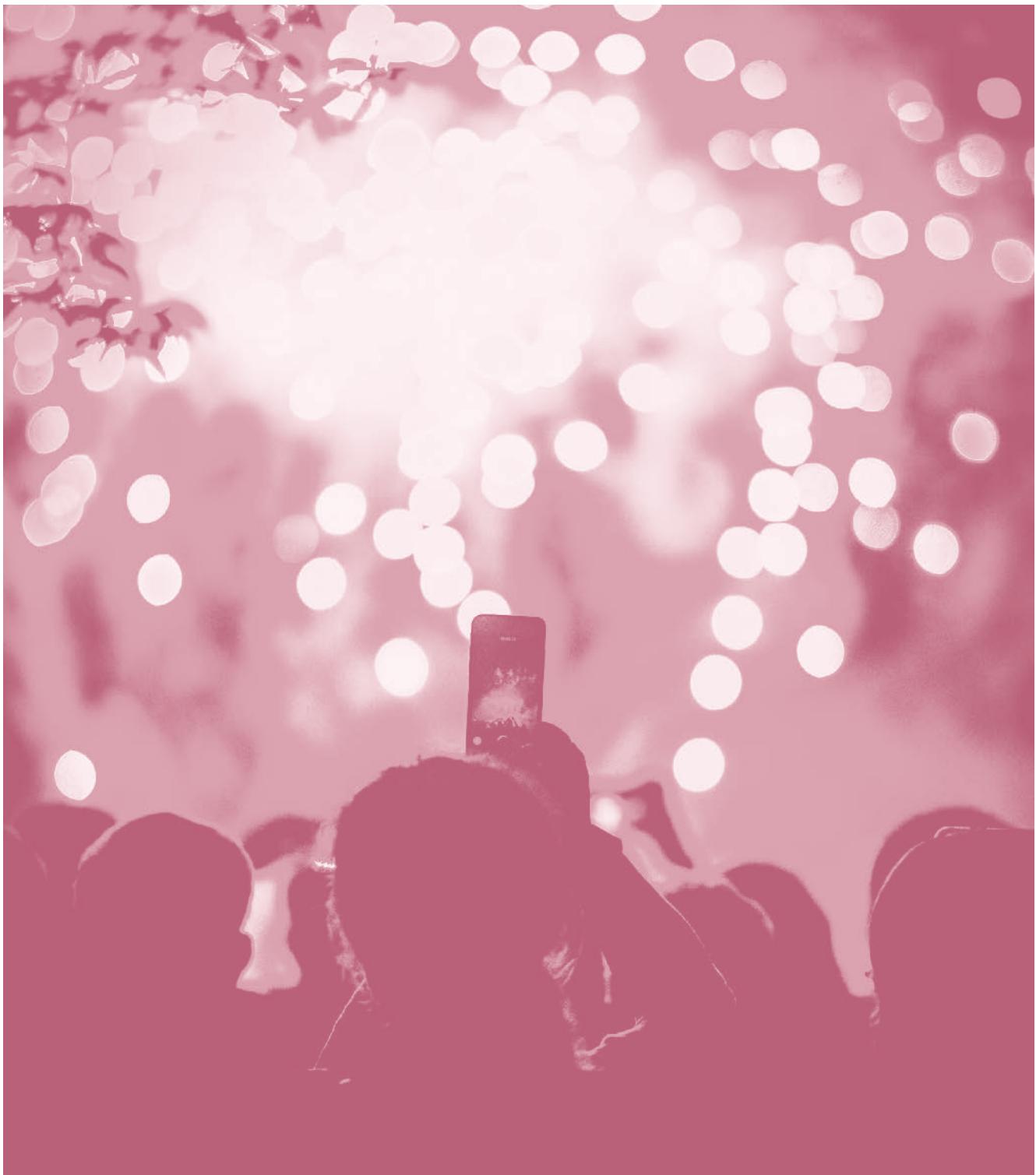
Y de repente, el coronavirus. El mazazo ha sido de tal calibre, que algunos festivales se limitaron en un principio

a posponer su fecha dos o tres meses esperando que todo pasase rápido. La realidad era mucho más tozuda. Ya hay festivales en Estados Unidos, como Coachella, que están considerando aplazar su próxima edición a otoño 2021. Y, por supuesto, a día de hoy no tienen la más mínima certeza de que puedan celebrarse en 2022. Lo mismo pasa con los macrofestivales del resto del planeta. Y, cómo no, eso incluye a los españoles.

En España los pocos festivales que han podido celebrar su edición en 2020 son los que tenían unas dimensiones razonables. Eventos que en un año normal proponían actuaciones para menos de mil personas y que este verano han tenido que readjustar su oferta a uno o dos centenares. De hecho, por lo menos en Catalunya, los macrofestivales que han podido mantener alguna actividad, caso de Cruilla y Primavera Sound, han tenido que renunciar a sus dimensiones habituales y programar tal y como lo hacen los pequeños: es decir, dos conciertos al día como mucho y siempre con aforos de menos de mil personas.

En ese parche hay una pista. El consumo de música en vivo que proponen los macroeventos se está revelando, por fin, como un modelo insostenible. El mercado global de la música en vivo se ha ido concentrando en estas ferias masificadas en las que cientos de grupos presentan sus canciones prácticamente a la vez ante miles de espectadores venidos de decenas de países. En muchos casos, son eventos gestionados por una misma empresa que replica el cartel en distintos países con escasas variaciones de nombres en el programa. Lo mismo sucede en España, donde a lo largo de la temporada festivalera encontramos eventos clónicos con los mismos grupos en decenas de carteles. Y, todo ello, potenciado por inyecciones económicas de ayuntamientos que no se querían quedar atrás en la carrera cultural. Si en los años noventa toda provincia aspiraba tener su museo de arte moderno, una década después no había ciudad que no soñase con su festival de música. Aunque no tuviese sala de conciertos.

La pregunta del millón es ¿en qué ha beneficiado la abundancia de festivales de las últimas décadas? La respuesta no será la misma si preguntamos al gremio de salas de conciertos o al de restauración y hostelería. Todos los festivales, grandes o pequeños, generan riqueza directa en el sector servicios. Que preguntan a los comerciantes de Benicàssim, entusiasmados al comprobar cómo los cajeros automáticos de la ciudad echaban humo con la llegada de los *fibers*. Pero ¿en qué medida ha Enriquecido el tejido cultural la abundancia de festivales? Este es el crudo panorama que dibujan las salas de conciertos dos décadas después: su temporada baja se pro-



longa casi medio año porque la temporada de festivales ha llegado a extenderse desde mayo hasta octubre, su capacidad para atraer a determinados artistas a las salas es nula porque tienen que competir con festivales que les ofrecen cachés mucho más elevados y, para colmo, algunos festivales exigen exclusividad a los grupos, que no pueden volver a tocar en el país o en un radio geográfico cercano durante meses.

Todo ello, convierte al festival en un animal fascinante pero peligroso ya que detrás de su deslumbrante atractivo esconde una peligrosa naturaleza depredadora. Los festivales aparecieron en España como una alternativa necesaria para acercar a nuestro país artistas difíciles o imposibles de ver, pero han acabado adueñándose de un sector, el de la música en vivo, en el que han impuesto sus reglas. Pagarás cuatro euros por una cerveza que en la calle cuesta dos. Comprarás la entrada sin saber a qué hora toca tu grupo favorito y si a esa misma hora estará actuando tu otro grupo favorito en otro escenario; lo cual te impedirá ver a uno de los dos. Verás muchos conciertos a través de una pantalla cuando, lo que más odias de los conciertos de estadio es exactamente eso.

El festival de música fomenta un consumo atropellado; a menudo, más atropellado que nuestro día a día, lo cual choca con esa idea de la cultura como pausa interior, como espacio de reflexión y de reencuentro con uno mismo. El festival fomenta una idea de la cultura como algo que sucede en un momento concreto del año; lo cual se contrapone con un ideal de cultura como algo que nos acompaña en todo momento. El festival acentúa la brecha cultural enfocándose a menudo en satisfacer la demanda de un perfil de público con poder adquisitivo y bagaje cultural. El festival distorsiona el mercado disparando cachés y generando cifras de público engañosas ante grupos que, el resto del año, no podrían ni por asomo atraer a una cuarta parte de esos espectadores. El festival te trae a tu grupo favorito a un precio muy ajustado, pero, si es poco famoso te impedirá ver una actuación completa porque después ha de tocar otro grupo, y, si es muy famoso, te tocará verlo rodeado de decenas de miles de personas.

El festival ha generado mucho público nuevo y curioso, pero también ha ahuyentado a otro sector del público que cada vez se siente más incómodo en este tipo de eventos. Y todo ello, con la entrega entusiasta de los medios de comunicación. Los grandes, porque solo les interesan los eventos culturales de gran dimensión. Los pequeños, porque sobreviven gracias a las inyecciones de publicidad de esos mismos festivales y sus patrocinadores. Y todo ello, con el apoyo generoso de unas instituciones que solo conciben la cultura como gran

acontecimiento puntual y no como el cultivo constante de un tejido de base extendido a lo largo del territorio y del tiempo. Y todo ello, alimentado por unas marcas a las que ya no interesa esponsorizar conciertos en salas, a menos que formen parte de un ciclo que les permita mantener su visibilidad durante meses, sino que destinan el grueso de su presupuesto a estos macroeventos exigiendo a cambio un stand que estrechará la vía de circulación entre escenarios, una lona con la marca bien vista al lado del escenario, bautizar el escenario con el nombre de su marca o, en el caso más extremo, incorporar al nombre del festival el del patrocinador. Empresas que, tampoco está mal recordarlo, utilizan estos eventos culturales para blanquear su imagen. Sí, los festivales pueden ser el escaparate de promoción de corporaciones que reproducen esas prácticas que denuncian los artistas en sus canciones. Los festivales, en definitiva, son un gigantesco laberinto de intereses, oportunidades y contradicciones.

Y como grandes empresas y acontecimientos que son, el impacto de los festivales va más allá del público que los frequenta y del sector económico en el que se ubican. De mismo modo que los beneficios que generan se trasvasan más allá de la industria cultural, también lo hacen sus efectos nocivos. Podríamos empezar por su dinámica extractivista: es decir, utilizar en beneficio propio recursos de una ciudad (red de transporte público, infraestructuras viarias y aéreas, equipamientos sanitarios, oferta cultural y de ocio...) que se han costeado con los impuestos de la ciudadanía sin aportar parte de las ganancias sino al revés, recibiendo subvención. Podríamos seguir con la huella ecológica que generan decenas de miles de espectadores viajando a un mismo punto geográfico. Podríamos señalar las precarias condiciones de trabajo de técnicos y camareros, las hordas de voluntarios que aligeran costes de personal, las ridículas cifras que cobran los grupos principiantes (cuando cobran). En definitiva, cuestionar cómo se reparte el dinero que generan y ver hasta qué punto los festivales contribuyen a distribuir la riqueza o a acentuar y perpetuar el *sistema de castas* de un negocio tan opaco, caprichoso y desigual como el de la música.

Futuro

Aún es demasiado pronto para imaginar cuál va a ser el futuro de los grandes festivales musicales. Ni siquiera la aparición de una vacuna garantiza una vuelta a la normalidad. Lo más probable es que, al menos durante unos años, se vigilen con lupa las grandes concentraciones de público. Tal vez se retome la actividad con reducciones de aforo que afectarán directamente el cálculo de beneficios de los festiva-

les. Tal vez haya que implantar nuevos métodos sanitarios y de control cuyos costes, en buena medida, tendrán que asumir los propios festivales. Y habrá que ver si, por lo menos en 2021, el público, tanto el nacional como, sobre todo, el internacional, está ya dispuesto a desplazarse con la misma alegría y en la misma cantidad que durante los últimos años.

El futuro de los festivales, el de los que no han desaparecido ya, en silencio, depende de poder renacer en 2021. Pero las condiciones en que puedan reflotar, marcadas todavía por un contexto pospandemia, van a suponer una segunda criba. La economía interna de cada empresa tiene la última palabra. Y la penúltima palabra, no lo olvidemos, las agencias internacionales de contratación, el verdadero grifo del cual depende qué artistas saldrán de gira y qué países y festivales van a visitar. Las pujas por hacerse con los grandes nombres del mercado después de este año de sequía prometen ser un espectáculo tan o más fascinante que los directos que luego se presenten sobre los escenarios.

La incertidumbre, pues, es máxima. Lo único seguro es que los festivales que hayan sobrevivido a este aciago 2020 van a hacer todo lo posible para que en 2021 parezca que no pasó nada. Habrá que volver con el mejor cartel, con el mayor despliegue, con los máximos alicientes, con la mejor sonrisa. La contención o el decrecimiento pocas veces fue una opción a plantearse en el oficio de diseñar festivales. La inercia siempre fue la de crecer y, en casos concretos, la de aplastar al vecino. Todos, en mayor o menor medida, entraron en una espiral de crecimiento: más grupos, más público, más escenarios para distribuir a los grupos y al público, más patrocinios para tener un colchón económico, más estructura empresarial para organizarlos, más subvenciones para mantener la estructura empresarial, más público para satisfacer al patrocinador, más grupos para atraer al público extra, más escenarios, más marcas... Y, por ahora, nada hace sospechar que los festivales estén planeando un 2021 de contención y decrecimiento. Por lo menos, no de forma voluntaria.

Por ahora, lo poco que podemos hacer es especular, pero este verano de parón nos ha dado alguna pista. ¿Por qué los pocos festivales que se han podido celebrar —con las consabidas restricciones de espacio y medidas de control— son aquellos que tenían capacidad para adaptar sus medidas? Sencillamente, porque eran eventos de tamaños razonables, con aforos que no superaban en su planteamiento inicial las 400-500 personas, con espectáculos diseminados en distintos espacios y distintos días. Festivales asumibles tanto para el territorio en el que se celebran como para el público que los frecuenta. Festivales no masificados, no invasivos y no exten-

nuantes. Festivales a escala humana. Festivales a escala natural. Los que no han podido plantearse una edición adaptada a este 2020 pandémico eran justo lo contrario: sobrehumanos, sobrenaturales. Por mucho que este tipo de macroeventos sean los que hasta el verano pasado nos parecían de lo más normal y razonable; el modelo de consumo musical más común de nuestro tiempo. Hasta este extremo ha cambiado nuestra percepción sobre en qué tipo de condiciones deberíamos disfrutar de la música en vivo.

Lo que para muchos habrá sido el año más negro para la música en vivo debería ser aprovechado para reflexionar sobre hacia dónde queremos encaminar nuestros hábitos como melómanos. Hay infinitas reflexiones a hacer. Y puede de hacerlas tanto el público como las instituciones, tanto los medios de comunicación como, por supuesto, esa industria musical que parece obsesionada en volver a la normalidad cuanto antes y como sea. Existen senderos más allá del crecimiento infinito. Existen otros formatos rentables más allá del «cuanto más grande mejor». Muchos de estos macroeventos sobrehumanos nacieron décadas atrás en recintos para seis o diez mil espectadores; cifras que en su día se antojaban triunfales y que hoy nos parecen ridículas e insignificantes.

A toro pasado es más fácil ver hacia dónde nos ha conducido este crecimiento desmedido de los festivales. Precisamente por ello, gracias a este parón inesperado que nos permite tomar perspectiva, se hace imprescindible recapitular y valorar qué beneficios y perjuicios ofrecen estos eventos tanto al público como a la industria de la música en vivo, tanto al entorno geográfico en el que se celebran como a la sociedad en general. Y para tener algún elemento comparativo en el que apoyarse, tal vez valga la pena hacerse la siguiente pregunta: ¿qué habría pasado si todos esos millones de euros de dinero público aportados desde las arcas de cultura, si todas esas inyecciones de capital privado ofrecidas generosamente por los departamentos de marketing de las empresas y si toda esa atención acrítica de los medios de comunicación se hubiese destinado a cultivar y fortalecer una red de espacios, entidades, colectivos, iniciativas y circuitos diseminados por todo el territorio? ¿Seguiríamos pensando entonces que un verano sin festivales es el fin del mundo para la música en vivo?