

N A N D O C R U Z

MACRO FESTIVALES

EL AGUJERO NEGRO
DE LA MÚSICA



PENÍNSULA

Macrofestivales

El agujero negro de la música

Nando Cruz

© Fernando Cruz de Rich, 2023

La lectura abre horizontes, iguala oportunidades y construye una sociedad mejor. La propiedad intelectual es clave en la creación de contenidos culturales porque sostiene el ecosistema de quienes escriben y de nuestras librerías. Al comprar este libro estarás contribuyendo a mantener dicho ecosistema vivo y en crecimiento.

En **Grupo Planeta** agradecemos que nos ayudes a apoyar así la autonomía creativa de autoras y autores para que puedan seguir desempeñando su labor.

Dirígete a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesitas fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puedes contactar con CEDRO a través de la web www.conlicencia.com o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47.

Primera edición: mayo de 2023

© de esta edición: Edicions 62, S.A., 2023
Edicions Península,
Diagonal 662-664
08034 Barcelona
edicionespeninsula@planeta.es
www.edicionespeninsula.com

REALIZACIÓN PLANETA - fotocomposición
Depósito legal: B. 7.632-2023
ISBN: 978-84-1100-167-0



Índice

Prólogo: Mi primer macrofestival	9
1. Cantidad	19
2. Ansiedad	39
3. Caché	61
4. Subvención	89
5. Desierto	121
6. Cerveza	139
7. Marcas	153
8. Finanzas	175
9. Precariedad	197
10. Público	221
11. ¡Música!	241
12. Vecinos	257
13. Turismo	281
14. Basura	299
Epílogo: El otro abono	327
Agradecimientos	347

Cantidad

En agosto de 1995, el Festival Internacional de Benicàssim (FIB) ponía la primera piedra en el circuito de macrofestivales españoles de la era moderna. Dos décadas después, en 2005, el *Anuario de estadísticas culturales del Ministerio de Cultura* contabilizaba 551 festivales musicales en España, una cifra que a finales de esa década ya rozaba los 800 y que en 2019 sumó nada menos que 917. Aquel año ya se estimaba que los festivales generaban un 59% de los ingresos de la industria de la música en vivo. Aunque con la llegada de la pandemia se habló mucho de la debacle que provocarían en el sector dos años sin actividad, en 2022 la temporada festivalera se reactivó con más ímpetu que nunca. España ya podía autoproclamarse el país de los mil festivales.

Si durante décadas los festivales de música se entendían como acontecimientos específicamente veraniegos, su proliferación ha hecho que muchos busquen su hueco en otras épocas del calendario. El 8 de octubre de 2022, el Extremúsika de Cáceres clausuraba la temporada de macrofestivales batiendo su récord de asistencia: 72.000 espectadores. El 30 de marzo de 2023, Primavera Trompetera inauguraba la campaña de 2023 con tres días de música en Jerez de la Frontera, esperando mantener o superar los 50.000 asistentes de la edición anterior. Los macrofestivales españoles

ya no son un fenómeno circunscrito al verano. Hace tiempo que la temporada ocupa más de la mitad del calendario.

No todo son macrofestivales, claro. También hay festivales de tamaño mediano o pequeño, fiestas patronales con veladas de música moderna, ciclos, jornadas y un sinfín de variaciones que reciben el calificativo de *festival*. Este libro no apela a todos, aunque muchos compartan características y efectos. Pero no está de más aclarar que una velada musical con tres bandas no es un macrofestival; a eso siempre se le había llamado triple concierto, aunque suene menos llamativo y molón. Y un programa de conciertos esparcidos a lo largo de un mes, donde cada noche actúa un artista distinto y el público puede comprar las entradas por separado, tampoco es un festival: es un ciclo de conciertos. Si el Ministerio de Cultura contabiliza más de mil festivales es porque engloba todas estas tipologías.

La Sociedad General de Autores y Editores (SGAE), por ejemplo, trabaja con una definición de festival más restrictiva. Según su baremo, solo se puede denominar festival a un evento de una o varias jornadas consecutivas en cada una de las cuales se celebren varias actuaciones consecutivas y donde, por lo tanto, la música en vivo suene durante un mínimo de horas de forma ininterrumpida. Eso excluye automáticamente los ciclos de conciertos. Según cálculos de la SGAE, en España hay algo más de seiscientos festivales. De estos, unos sesenta son capaces de convocar a diez mil o más espectadores por jornada. Ese es su baremo para calificar a un festival como *macrofestival*.

Una encuesta realizada por el portal de venta de entradas Ticketea en 2015 aseguraba que un 63 % de las personas consultadas habían asistido a dos festivales en un año. Un informe publicado por la OBS Business School en 2019 estimaba que los asistentes a festivales de música en España po-

drían superar ya los seis millones y que los diez macrofestivales más concurridos del país concentraban más de un 30% de los espectadores totales de este tipo de eventos. En 2018, según otro informe publicado por la OBS, los diez macrofestivales con más público de España concentraban 1,6 millones de espectadores. En 2022, los cinco mayores macrofestivales ya sumaban más de 1,5 millones de asistentes.

El tamaño de un festival es un factor clave para definirlo como macrofestival, pero no es el único que hay que tener en cuenta. El número de metros cuadrados que ocupa y el de asistentes deben ser puestos en contexto con el entorno donde se celebra. Un festival de cuatro días, con siete escenarios, ciento cincuenta grupos y cien mil espectadores es inequívocamente un macrofestival. Pero un festival de dos días con un solo escenario, veinte bandas y cuatro mil espectadores en una localidad de cuatrocientos cincuenta habitantes puede tener un impacto turístico, económico, ecológico y cultural similar al de un Mad Cool. Por lo tanto, es un macrofestival *de facto*. El objetivo de este libro es analizar las repercusiones de todo tipo de eventos musicales que desbordan cultural y demográficamente el territorio donde se emplazan.

En 2020, año de pandemia, confinamiento y examen de conciencia, se habló mucho de decrecimiento, de escuchar el grito de auxilio de la naturaleza, de asumir nuestra condición de vulnerables seres humanos y demás blablablás ecosensibles. También en el mundo de los festivales hubo discursos que llamaban a reducir el tamaño, a cultivar el vínculo con el espectador o a cuidar al artista local. Fueron espejismos maravillosos, para qué negarlo. En cuanto se abrió la veda, sucedió lo contrario. El público estaba sediento de festivales y los promotores estaban aún más hambrientos de público. En 2022 se celebraron algunos de los macrofestivales más des-

comunales de la historia coronados con cifras de asistencia estratosféricas. Unas cifras que, por supuesto, nadie ha podido contrastar. De los muchos agujeros negros que integran el mundo de los macrofestivales, el de las cifras de asistencia es uno de los más oscuros y profundos.

DE WOODSTOCK AL MUSMANNO

«¡357 bandas! ¡114 escenarios! ¡2 baños!»

«¡Más de 456 bandas en vivo! ¡356.000 vatios de potencia! ¡6 pistas de *skate*! ¡7 sectores vips! ¡8 sectores vips vips! ¡16 entradas de seguridad!»

«¡1.457 bandas! ¡193 escenarios! ¡2, 3, 4, 8, 9, 4, 4, 8, 9, 21, 42, 9 y 28, 37 de octubre!»

«¡7.853 bandas! ¡4.503 solistas! ¡341.342 efectivos de seguridad! ¡19 jueces de línea! ¡753 *dealers*!»

Es la disparatada progresión que experimentó el Mangueras Musmanno Rock Festival en sus cuatro primeras ediciones. Se trata de un evento ficticio cuyo cartel anunciaba el humorista argentino Peter Capusotto en uno de los *sketches* más celebrados de su programa de televisión *Peter Capusotto y sus videos*. El gran mérito del cómico no fue ridiculizar hasta el delirio el desbocado crecimiento de los macrofestivales, sino hacerlo cuando los festivales aún no habían perdido definitivamente el norte en su espiral expansionista. La parodia es de 2012 y nada hace prever que el chiste deje de tener gracia en el futuro.

Los macrofestivales no son un fenómeno reciente. A finales de los años sesenta, Monterrey y Woodstock protagonizaron las primeras grandes concentraciones de roqueros. Su impacto cultural ocasionó la aparición de réplicas tan o más caóticas en varios países de Latinoamérica. En

Inglaterra, el Festival de la Isla de Wight dobló la apuesta e hizo algo que nadie se había planteado antes: repetir el festival año tras año. En 1970, entre 600.000 y 700.000 espectadores desbordaron esta isla de ciento cincuenta kilómetros al sur de Londres en la tercera edición de un macrofestival que solo dos años antes apenas había reunido a 10.000 personas. Fue la tercera y la última. El Gobierno prohibió que hubiese más. El festival no renacería hasta 2002, en un formato bastante más razonable y manejable.

No fue hasta 1979 cuando el festival inglés de Glastonbury consolidó el concepto de macroevento anual que desde mediados de los años sesenta había empezado a forjar más modestamente el de Reading. Y precisamente Glastonbury y Reading son los dos modelos que inspiraron los primeros macrofestivales españoles: el Doctor Music Festival y el FIB. Al primer FIB, en 1995, asistieron 8.000 personas. Al primer Doctor Music Festival, un año después, 25.000. En la década de los noventa, los festivales de música eran una suerte de fiesta de fin de curso para aficionados a conciertos y compradores de discos, encuentros esporádicos y anecdóticos para una industria del disco que por aquel entonces vivía su edad de oro. Hoy son el negocio más importante y lucrativo de un sector, el de la música, que con el cambio de siglo ha hecho aguas por todas partes.

Unos años antes, en 1989, había nacido el Espárrago Rock, festival andaluz que tras cuatro ediciones en la pequeña localidad de Huétor Tájar dio el salto a Granada en 1993 para acabar acogiendo la friolera de 15.000 espectadores. Aun así, el primer festival que descartaba el paisaje rural o playero y apostaba por un modelo urbano fue el Sónar. A su primera edición, en 1994, asistieron solo 6.000 personas. Ninguna de aquellas cifras auguraba lo que estaba

por llegar. En 2022, cinco macrofestivales españoles superaron la barrera de los 200.000 asistentes: el Primavera Sound (con 500.000), el Mad Cool (305.000), el Arenal Sound (300.000), el Viña Rock (240.000) y el Rototom Sunsplash (211.000). Otras once citas dejaban atrás el umbral simbólico de los 100.000 espectadores: FIB, Weekend Beach, Resurrection Fest, Sonorama, O Son do Camiño, Sónar, Cabo de Plata, Bilbao BBK Live, Andalucía Big Festival, Dreambeach y Cala Mijas.

Las ansias de crecimiento forman parte de la esencia misma de un festival y es solo cuestión de tiempo comprobar que muchos de los que empezaron siendo pequeños y reivindicando un modelo cómodo y proporcionado solo estaban adquiriendo experiencia y músculo empresarial para dar el salto al gran formato cuanto antes. Visto con la perspectiva actual, el Primavera Sound del Poble Espanyol fue un minifestival. Cuando en 2005 se mudó al Parc del Fòrum, sus responsables solo querían que el público estuviese más cómodo y solo aspiraban a reunir a 15.000 espectadores por día. Aunque el recinto tenía capacidad para 50.000, nadie apuntaba tan alto. Una década después, el festival se anexionaría esa inhumana explanada de cemento que pronto sería bautizada como Mordor. Y poco después la playa de la localidad vecina. Faltaba ciudad para tanto festival.

Los macrofestivales son animales fascinantes y voraces. En su lenguaje, mantenerse significa crecer; y decrecer es sinónimo de fracasar. Su propia inercia los empuja a aumentar compulsivamente de aforo y devorar terreno al posible competidor. Para no crecer, deben ajustarse a un modelo muy bien planificado que los mantenga a raya. Cuanto más éxito tienen, más trabajo generan, más personal necesitan y más recursos e ingresos deben obtener para cubrir sus nuevas necesidades. Un día manejan un vertiginoso

presupuesto de dos millones de euros y una década después ya es de cincuenta.

Los macrofestivales españoles no son eventos musicales circunscritos al territorio nacional. Muchos juegan en ligas mundiales y eso los obliga a apuntar cada año más alto. Este clima de competitividad salvaje y desaforada poco a poco va calando y afectando a festivales medianos y pequeños. Es una eterna partida de póquer cuya máxima expresión es, cómo no, el tamaño de cada evento.

EL TAMAÑO IMPORTA

Todo en el mundo de los festivales es una cuestión de tamaño. Y el tamaño es el origen de todos sus problemas. Pero este viene determinado por múltiples factores. Por un lado, está la dimensión del recinto, el número de escenarios, la cantidad de conciertos que acoge cada escenario... Por otro, cuántos días dura el festival, cuántas horas se prolonga cada jornada... La combinación de todos estos elementos espaciotemporales, sumados al aforo, el presupuesto y la cifra de asistentes, determinará el tamaño real de un festival. Y, también determinará todos sus efectos colaterales.

Cuanto más grande sea, más números tienes para acabar viendo los conciertos desde lejos. Cuanto más público haya, más difícil es generar ese sentimiento de comunidad que muchos festivales persiguen cuando nacen y olvidan cuando crecen. A partir de cierta cantidad de público, este deja de ser ese lugar en el que encontrarte con tus amigos y tienes que esforzarte para no perderlos. Cuantos más escenarios tenga un macrofestival, más probabilidades hay de que varios de tus grupos favoritos estén actuando a la vez y

el sonido de uno interfiera en el del otro. Cuanto más grande sea el recinto, más distancia hay que recorrer entre escenarios y más cansancio acumula el público. Cuantas más horas y días dure, más fácil es acabar exhausto. Hay macrofestivales que desbordan las capacidades físicas y mentales de su público. Hay festivales de escala humana y festivales sobrehumanos.

Aun siendo un macrofestival con todas las de la ley, el Sónar planteó, ya en su primera edición, un formato bicéfalo que dividía la programación en dos bloques, Sónar de Día y Sónar de Noche. Al celebrarse en espacios distintos de la ciudad, el público podía decidir de antemano si deseaba comprar entradas para toda la jornada o solo para la mitad. Fue una decisión rompedora, tomada en 1994, cuando en España apenas existían festivales, pero que ningún macrofestival ha copiado. Sí copiaron todos, en cambio, esa forma de calcular la asistencia sumando el público de cada día, cuando, sobre todo en los festivales con zona de acampada, es probable que los espectadores del domingo sean los mismos que los del viernes. Los 300.000 del Arenal Sound, por ejemplo, son 50.000 personas durante seis días. Los 211.000 del Rototom son algo más de 30.000.

La mayoría de las encrucijadas a las que se enfrenta la organización de un macrofestival se resuelven apostando por el crecimiento: un recinto más grande para poder acoger más público, más subvención para invertir en una infraestructura más costosa, más patrocinios para contratar más grupos, más escenarios para programar a tantísimos grupos, abonos más caros para amortizar la inversión... Y si el público responde..., más hectáreas para la edición del año siguiente; tal vez más escenarios, ya que habrá más espacio; más grupos para llenarlos, lo cual obligará a exigir más subvenciones, buscar más patrocinios, poner las entra-

das algo más caras para cubrir los gastos que comporta el nuevo aumento de tamaño... Es un bucle de crecimiento que no encuentra el momento de detenerse.

Sin embargo, estas espirales de crecimiento infinito y a todos los niveles pocas veces se traducen en una experiencia más satisfactoria para el público. De hecho, buena parte de las decisiones que toma un festival para rentabilizar su inversión inicial repercuten negativamente en el público. Aunque cualquiera que acuda a un macrofestival sabe de antemano que se juntará con mucha gente, una de las principales molestias que resalta el público de macrofestivales son justamente las aglomeraciones. Nos gusta ver conciertos rodeados de gente, pero no de tanta gente. Y menos si eso implica verlos peor y hacer más cola en la barra.

El *marketing* festivalero ya se encarga de hacernos olvidar cada año que en un festival vamos a pasar buena parte del tiempo de noche, con escasa visibilidad y apretujados entre mucha gente. ¿Cómo? Publicando fotografías siempre de día, a ser posible durante la caída del sol, y en las que grupos de amigos alzan los brazos despreocupadamente porque a esa hora de la tarde no hay aglomeraciones y, por lo tanto, la libertad de movimientos corporales es mayor y más fotogénica. A partir de las diez de la noche, ni las fotos serán tan vistosas ni el fotógrafo encontrará ángulo desde el que disparar sin meterle el codo en la boca a alguien.

En los años noventa, los festivales eran percibidos como un oasis donde disfrutar de todos aquellos artistas que, en caso de dignarse venir a España, difícilmente llegarían a ciudades que no fuesen Barcelona, Madrid, Valencia o Bilbao. Con el paso de los años y la transformación de los festivales en macrofestivales, muchos melómanos han tenido que valorar seriamente si les salía a

cuenta acudir a esos recintos para ver conciertos en condiciones más que discutibles.

Muchos organizadores de festivales responden a las quejas del público recordando que si entras en un festival ya sabes a lo que vas. No lo especifican en las condiciones de compra de la entrada, pero con este argumento están dando a entender que no todo saldrá a pedir de boca aunque hayas pagado 200 o 400 euros. Están dando a entender que será mejor que llegues al recinto cuatro horas antes de que empiece el concierto (y empieces a consumir cerveza). Están dando a entender que si los móviles no tienen cobertura será porque hay demasiada gente. Están dando a entender que si el concierto no suena demasiado bien es porque el viento es un elemento impredecible y, ya sabes, los festivales suelen celebrarse al aire libre. Están dando a entender que si te molesta ver los conciertos entre codazos y empujones a cien metros del escenario existe una solución ideal para tu problema personal con las multitudes: comprarte una entrada vip.

En el macroconcierto de un solo artista, todo el público que te rodea e incomoda está ahí por una razón muy concreta: ese artista. Sus canciones unen a todo el público y, por lo tanto, tienes una mínima conexión con esas personas. En el concierto estrella de un macrofestival estás tan apretado que se te pasará por la cabeza que muchos están allí por estar. Y te agobiarás. Y te cabrearás porque llevas encima unas horas extras de agotamiento. Y no entenderás cómo un grupo de fama tan discreta está concentrando tantísima gente. Y tendrás toda la razón del mundo: muchos solo están allí por curiosidad. Vuestra conexión a través del artista no existe. En algunos macrofestivales, las aglomeraciones son tales que puedes llegar a reconciliarte con la idea de ir a ver a Bruce Springsteen o a Shakira en

un estadio de fútbol. De hecho, en un estadio la invasión publicitaria será mucho menor que en un macrofestival y podrás concentrarte más en su música. Te costará más dinero, pero la garantía de disfrutar del concierto en buenas condiciones es mayor que en un macrofestival. Tremenda paradoja.

A menudo, los macrofestivales pasan por una primera fase impulsiva («crecemos porque queremos») y por una segunda de autoexculpación, en la que se justifican todo tipo de situaciones molestas y decisiones contraproducentes para el público por la imposibilidad de actuar de otro modo cuando organizas un evento para tanta gente. La estrategia es infalible: primero juntas a 50.000 personas en un recinto y luego les sueltas que es imposible organizarlo todo mejor si hay tal cantidad de personas. Y ni siquiera hace falta manejar cifras tan elevadas para que un festival se transforme en un infierno. El Sónar de 1998 ya vivió un peligroso colapso de público con la visita de Daft Punk. En 2004, la reunión de los Pixies en el Primavera Sound se saldó con otro llenazo irrespirable. Ambos festivales tuvieron que encontrar emplazamientos más amplios para sus futuras ediciones.

Cuando se producen estas aglomeraciones, que pueden estar localizadas en puntos concretos del recinto sin que ello signifique que el festival entero esté desbordado, aparece la sospecha del *overbooking*. Es muy difícil ahondar en ese aspecto porque los únicos que conocen la cifra real de asistencia son los organizadores del festival. Pero del mismo modo que no es sencillo garantizar una experiencia musical cómoda en un recinto con decenas de miles de personas, tampoco es fácil garantizar la seguridad de masas de público tan grandes. Y el crecimiento de los macrofestivales está propiciando un aumento de medidas de seguridad

que, una vez más, repercuten en una experiencia más incómoda para el público: desde esos controles de acceso cada vez más estrictos hasta la instalación de vallas para separar al público en zonas y, de paso, evitar avalanchas.

La estrategia más delirante de todas las que se han inventado para manejar grandes aglomeraciones es la de programar a la vez a dos bandas con gran poder de convocatoria para que el público tenga que elegir inevitablemente entre una u otra, y así la masa humana se divida en dos. Un macrofestival no puede permitirse el lujo de pensar en personas; debe pensar en masas. Por eso, entre el riesgo de protestas de fans por tener que descartar un concierto y el riesgo de aplastamiento, prefieren evitar el segundo. Al final, en los dos conciertos habrá decenas de miles de personas. Y para que todas puedan ver lo que ocurre allá a lo lejos, en el escenario, habrá que tomar otro tipo de medidas. ¡Instalar pantallas!

PANTALLAS Y SOLAPES

Las pantallas son el gran timo del *rock'n'roll*, un invento tan diabólico como los gastos de gestión por la venta de entradas. En el momento en que un festival coloca una pantalla junto al escenario para que veas mejor el concierto, está explicitando que la entrada que compraste no te garantiza en absoluto que puedas ver bien el concierto. De acuerdo, las pantallas no son un invento de los macrofestivales, sino de los conciertos de estadios, pero hay una diferencia sustancial entre el macroconcierto y el macrofestival: por lejos que esté la grada desde la que veas el escenario en el que está tocando la banda, la música que escuche el público de cualquier rincón del estadio será siem-

pre y únicamente la de ese grupo; nadie más estará actuando en el estadio.

Todo esto, de tan obvio, puede sonar a perogrullada, pero en el macrofestival, según a qué distancia estés, puedes estar viendo a través de la pantalla al grupo del escenario A y oyendo la música del grupo del escenario B. Esta situación es inconcebible en cualquier otra disciplina artística. Ningún visitante de un museo aceptaría contemplar un cuadro cuya esquina superior derecha queda tapada por el marco de la obra de al lado. En los festivales de música es un problema recurrente, un problema generado por los propios festivales, y ante el cual el público se resigna o, en el mejor de los casos, exhibe su derecho al pataleo. Pero nadie te devolverá el dinero porque cuando vas a un festival ya sabes a qué te expones.

Una buena forma de solventar esa interferencia de sonidos de los distintos conciertos que coinciden en un macrofestival es distanciar al máximo los escenarios, lo cual obliga al público a caminar aún más para desplazarse de uno a otro. Con el crecimiento de algunos macrofestivales, esas distancias son ya delirantes. De un extremo al otro del recinto del Primavera Sound hay casi dos kilómetros. Imposible recorrerlos a pie en menos de veinte minutos..., siempre y cuando sepas esquivar las zonas más masificadas y no desfallezcas a medio camino. En tal caso, deberás parar en alguna barra a repostar. Y ya veremos cuánto tardas, cuándo te sirven. En el primer Doctor Music Festival, los escenarios más alejados estaban a menos de cinco minutos a pie. Hasta ese extremo han crecido los festivales.

La máxima expresión de cómo el crecimiento de un festival repercute negativamente en el público es la coincidencia de varias actuaciones a la misma hora. En España se conocen popularmente como *solapes*. Y aquí ya no habla-

mos de percepciones subjetivas, sino de matemática pura: cuantos más artistas programe un festival y más escenarios instale para distribuirlos en el recinto, más probabilidades hay de que coincidan el mismo día y a la misma hora dos de los grupos que te impulsaron a comprar la entrada. En un festival con veinte grupos es poco probable. En uno con doscientos, las probabilidades aumentan. Si tienes suerte, no coincidirán. Pero estás comprando un abono confiando en la suerte. Y la entrada será más cara cuantos más grupos actúen. Al aumentar el precio de la entrada, aumentan las probabilidades de perderte a alguno de tus grupos favoritos. En los macrofestivales, y en cuanto a probabilidades, más siempre es menos.

La propia definición de *macrofestival* lleva implícitas y tatuadas muchas de sus incomodidades. Pero, en este aspecto concreto, la diferencia entre lo que el macrofestival ofrece y lo que el público puede disfrutar es exageradísima. Gracias a los macrofestivales, los solapes han arrebatado a las pantallas su condición de gran tимо del *rock'n'roll*. Las pantallas, por lo menos, no te impiden ver y oír un concierto. La coincidencia de dos actuaciones a la misma hora, sí. Pantallas y solapes: no existe alianza más letal en la historia de la música.

2022: EL AÑO DEL COLAPSO

La acumulación de macroeventos musicales en el verano de 2022 fue tal que el circuito de la música en vivo se tensionó como nunca. La palabra colapso estuvo constantemente en boca del sector. En mayo ya llegaban noticias desde Holanda que hablaban de festivales cancelados ante la falta de material para montar escenarios y de profesiona-

les que se desplazaban a otros países europeos atraídos por mejores ofertas laborales. Llegó el verano y la situación se reprodujo también entonces, cuando la falta de personal cualificado y de material se resolvió *a la española*. En el Medusa Sunbeach Festival reconocieron abiertamente tener trabajadores sin experiencia montando los escenarios. En muchos otros festivales, los operarios más preparados enlazaron jornadas maratonianas sin apenas descanso.

El diario vasco *El Correo* cifró en un 20% el aumento de costes de producción de festivales, un repunte derivado de la escasez de material y, también, del precio de la gasolina y la electricidad. El 16 de junio el festival malagueño Metal Paradise arrojó la toalla escudándose en la falta de personal para montar los escenarios y en el aumento de los costes de producción. Los primeros síntomas de alarma empezaban a manifestarse. Cinco días antes, un accidente durante el montaje del festival gallego O Son do Camiño se saldó con seis heridos; uno de ellos acabó en la UCI. Muchos montadores de escenario trabajaron todo el verano de 2022 con aquel suceso en mente. Fue un toque de alerta: había que correr, había que autoexplotarse, pero también había una amenaza, la posibilidad de perder la vida.

En algunos casos, la falta de material y personal han sido excusas perfectas para cancelar, cuando lo que faltaba en realidad era público. Festivales de todos los tamaños sufrieron la sobreoferta de la temporada post-COVID. Citas de perfil electrónico como A Summer Story y Dreambeach perdieron 30.000 y 50.000 espectadores respecto a 2019. Igual o más letal pudo ser que un festival que esperaba 10.000 personas solo sumase 5.000. Y eso también sucedió, y mucho, en el verano de 2022. Habrá que ver cuántos de estos festivales aguantan en 2023.

Sin tiempo material ni material a tiempo, algunos festivales tuvieron que simplificar sus planteamientos escénicos iniciales. Fue la única manera de garantizar que los escenarios estuviesen montados a la hora de abrir puertas. Reducir las dimensiones del escenario implicaría reajustar la decoración y, sobre todo, el espacio de trabajo de los músicos. Elena González, técnica de sonido de Lori Meyers, denunció en *Business Insider* haber tenido que trabajar en escenarios más pequeños, con mesas de sonido y equipos de iluminación menos potentes y con menos pies de micro y soportes para instrumentos de lo habitual.

Fue un verano de situaciones delirantes. Que un grupo llegase al Weekend Beach de Málaga y se encontrase que en el escenario donde debía actuar no había ni regidor no porque estuviera descansando, sino porque el festival no había encontrado un profesional para ocupar ese puesto tan crucial como el de coordinar los horarios de todos los grupos. O que el equipo de decoradores de las fiestas Brunch-In tuviera que reducir el diseño del escenario porque el proveedor de listones de madera ya no les podía suministrar más material. Por un lado, 2022 fue el año de los récords de asistencia. Por otro, el año de los festivales menguantes.

El colapso en el mundo festivalero ha afectado de rebote al mundo paralelo de fiestas mayores y conciertos de ayuntamientos porque, al final, ese material y personal es el mismo que nutre el resto del circuito de la música en vivo de cada verano. Y cuando faltan, por ejemplo, anclajes para afianzar una tarima, pero el inexperto equipo de montaje no sabe si el escenario aguantará cuando se cuelgue la pantalla de fondo, puede ocurrir cualquier cosa. Por ejemplo, que toda la estructura cruja y el grupo no se atreva a subir al escenario a menos que un profesional con solven-

cia garantice que no se hundirá a media actuación. Esta situación es real. Ocurrió en septiembre. La Pegatina estuvo a punto de cancelar su concierto en Mérida.

Garantizar la celebración de los macrofestivales ha tenido un efecto directo en el tejido musical del país. También este ha crujido escandalosamente. El mejor material y los profesionales mejor preparados han trabajado para las grandes citas, mientras que los festivales de tamaño medio han tenido que conformarse con material de menor calidad y trabajadores menos cualificados. Los proveedores han priorizado a los clientes importantes y en varios casos han dejado colgados a clientes menos importantes, pero a los que llevaban más años suministrando material. En consecuencia, celebraciones musicales más modestas y que existen desde hace décadas en un universo modesto y a años luz de los grandes presupuestos festivaleros también han recibido el impacto de este verano fatal.

¿DECRECEMOS O DECRECEMOS?

Durante años, los festivales solo eran una alternativa más de consumo de música en directo. Estaban las salas de conciertos en las que ver bandas de tamaño medio, los bares y demás antros en los que descubrir grupos pequeños, los estadios en los que actuaban las grandes estrellas, los clubs, las *raves...* y, luego, los festivales. Hoy, algunos festivales no solo son el principal destino a donde ir a ver conciertos, sino que en muchos casos se postulan como un paraíso multiusos en el que puedes hacerlo todo: descubrir a bandas medianas y pequeñas, admirar a las grandes estrellas y bailar tecno hasta el amanecer. Hoy, el macrofestival es o quiere serlo todo: el estadio, la sala, el garito, la discoteca, la *rave*.

Los macrofestivales también han buscado estrategias para atraer, incluso, a públicos no especialmente apasionados por la música. Algunos ya nacieron con esa vocación adicional de feria de atracciones en la que, además de ver al grupo del momento, podías lanzarte en tirolina, montar en autos de choque o subir a la noria. Con el tiempo, los más ambiciosos han añadido otro tipo de feria, la feria profesional, en la que, en paralelo a los conciertos, hay conferencias, debates, entrevistas a iconos pop, *showcases* de artistas emergentes, stands de discográficas, concursos de *start-ups*, *speed meetings* y demás anglicismos del *show business*. En su obsesión por abarcarlo todo, el macrofestival deviene en un espacio híbrido para el ocio y el negocio. En el mundo real, la línea que separa el tiempo libre y el tiempo de trabajo está cada vez más difuminada. En los festivales de música que aspiran a dominar el sector, esa línea ya ha desaparecido.

Si hay algo realmente complicado en el mundo de los macrofestivales no es planearlos, posicionarlos o mantener su relevancia en un mundo tan fluctuante como el de la música, sino dimensionarlos y aprender en qué momento deben dejar de crecer. Algunos festivales han hecho esa reflexión; otros, no. A mediados de los 2000, el Sónar redujo de tres a dos las jornadas nocturnas y desde entonces se mueve en unas cifras de asistencia que fluctúan entre los 90.000 y los 120.000 espectadores. El FIB, en cambio, nunca se planteó cuál debía ser su techo de público. En 2017 se vio más claro que nunca. Los Red Hot Chili Peppers dispararon salvajemente la demanda de entradas como nunca y su director se resistió a anunciar un *sold out*: prefería recuperar los 1,2 millones de euros del caché y, a ser posible, mucho más. Si había que instalar el escenario unos metros más atrás para que cu-

piese más gente, se haría. En una sola noche el FIB vendió 53.000 entradas.

En 2022, el Rototom sumó 211.000 espectadores a lo largo de siete jornadas, afianzando su posición en el *ranking* de los diez festivales españoles con mayor capacidad de convocatoria. Como festival con un fuerte compromiso con la justicia social y la ecología, una de las conferencias programadas esa semana en su foro social se tituló «¿Decrecemos o decrecemos?». Obviamente, la pregunta hacía referencia a la sobreproducción que vive el planeta y a sus repercusiones medioambientales, no a las dimensiones del propio festival. ¿Puede decrecer un macrofestival? Las políticas de decrecimiento son ciencia ficción en el mundo capitalista y los macrofestivales no son una excepción. Clausurar una edición anunciando menos asistentes que el año anterior se puede traducir en titulares que hablen de fracaso, en Administraciones Públicas que reduzcan su subvención debido a la presión de la opinión pública, en espónsores que trasladen su inversión a otros festivales más exitosos, en agentes internacionales que pierdan interés en que sus grupos actúen en ese festival... Decrecer, por ahora, no parece buena idea.

Glastonbury, como gran patriarca de los macrofestivales musicales, es el evento que ha tendido el puente invisible entre el espíritu contracultural de los festivales de los años setenta y las ferias de abundancia y el consumo desmedido en que se han convertido este tipo de eventos. En 2022, la BBC estrenó el documental *Glastonbury: 50 Years and Counting* (*Cincuenta años de Glastonbury*, Francis Whately). Uno de los entrevistados fue Thom Yorke, líder de Radiohead, una de las bandas más solicitadas en el circuito festivalero. Cuando le pidieron su opinión sobre Glastonbury soltó dos palabras: «Demasiados caramelos». Los

macrofestivales son una tienda de caramelos que solo abre tres días al año, cuyo dueño pretende que asumas sin rechistar todas las incomodidades y que, además, sepas controlarte. Pero cuando entras en un espacio cuya oferta te desborda física y mentalmente, es normal sentir cierta tensión.