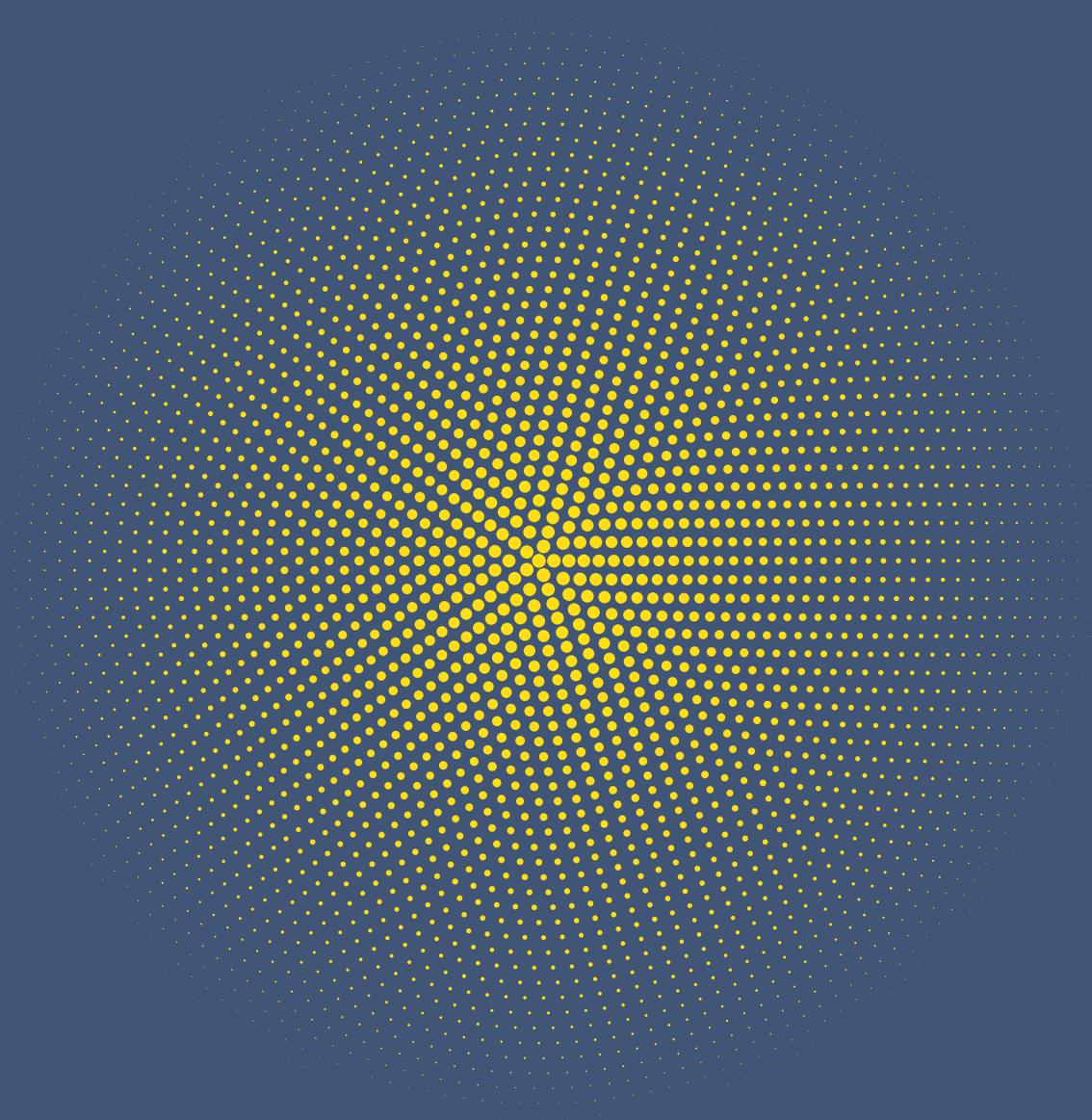


ANUARIO  
DE LA MÚSICA  
VALENCIANA  
AÑO CERO



ANUARIO  
DE LA MÚSICA  
VALENCIANA  
AÑO CERO



## ANUARIO DE LA MÚSICA VALENCIANA AÑO CERO

Una publicación del Institut Valencià de Cultura en colaboración con la Federació Valenciana de la Indústria Musical (FEVIM)

### **Institut Valencià de Cultura (IVC)**

www.ivc.gva.es  
musica@ivc.gva.es

### **Dirección General del Institut Valencià de Cultura**

Abel Guarinos

### **Dirección Adjunta de Música y Cultura Popular Valenciana del Institut Valencià de Cultura**

Marga Landete

### **Diseño del proyecto**

Valencian Music Office

### **Dirección editorial**

Armand Llàcer

### **Coordinación**

May Ibáñez, Paloma Medina y Vicent Alberola

### **Diseño y maquetación**

Marta Negre

### **Corrección y traducción de textos**

Ramir Calvo

### **Entrevistas**

Víctor López

### **Fotografías**

Claudia Marconell, Contra vent i fusta, Dani López, finafotografia, Guillem Garay, Irene Bernad, Javier Bragado, Jordi Santos, Julio Cebolla, Liberto Peiró, Manuel Peris, Nerea Coll, Óscar Camacho, Palmira Andreu, Patricia Vargas, Rafa Galán, Rebelarte, Rodrigo Márquez, Rosa Sagredo, Rubén Salcedo, Tato Baeza, Veronikaz Psicodelic, Víctor Cucart y Xepo W.S.

### **Cuadernos fotográficos**

Nerea Coll  
Xepo Walter

### **Impresión**

Mare Nostrum Gráficas

### **Han colaborado**

Albert Salmerón, Armand Llàcer, Asun Pérez, Beatriu Traver, Carlos Pérez de Ziriza, Carolina Rodríguez, Cristina Quílez, Enrique Monfort, Eudald González, Fiachra McDonagh, Fran Bordonado, Guillem Arnedo, Iris Stella, Joan Gregori Maria, Joanvi Díez, Jorge Martí, José Manuel Pastor, Josep Vicent Frechina, Juan Vitoria, Magda Simó, Marga Landete, María Dolores Parra, María M. Iturriaga, Marta Moreira, Monty Peiró, Òscar Píera, Paloma Medina, Pau Berga, Paula Simó, Quique Medina, Raúl Abeledo, Sergi Almiñana, Sole Giménez, Thaïs Peñalver, Toni S. "Panxo", Vicente Martínez y Víctor Sendra

### **Asociaciones que forman la FEVIM**

#### **Federació Valenciana de la Indústria Musical (FEVIM)**

www.fevim.org  
hola@fevim.org

#### **Associació de Promotors de Festivals de la Comunitat Valenciana (Promfest)**

www.promfest.org  
info@promfest.org

#### **Asociación de Promotores Musicales de la Comunitat Valenciana (MusicaProCV)**

www.musicaprocv.com  
info@musicaprocv.com

#### **Associació de Sales Privades de Música en Directe (En Viu!)**

www.enviu.es  
enviuconcerts@gmail.com

#### **Valencian Music Association (VAM!)**

www.valencianmusic.com  
info@valencianmusic.com

### **Depósito legal**

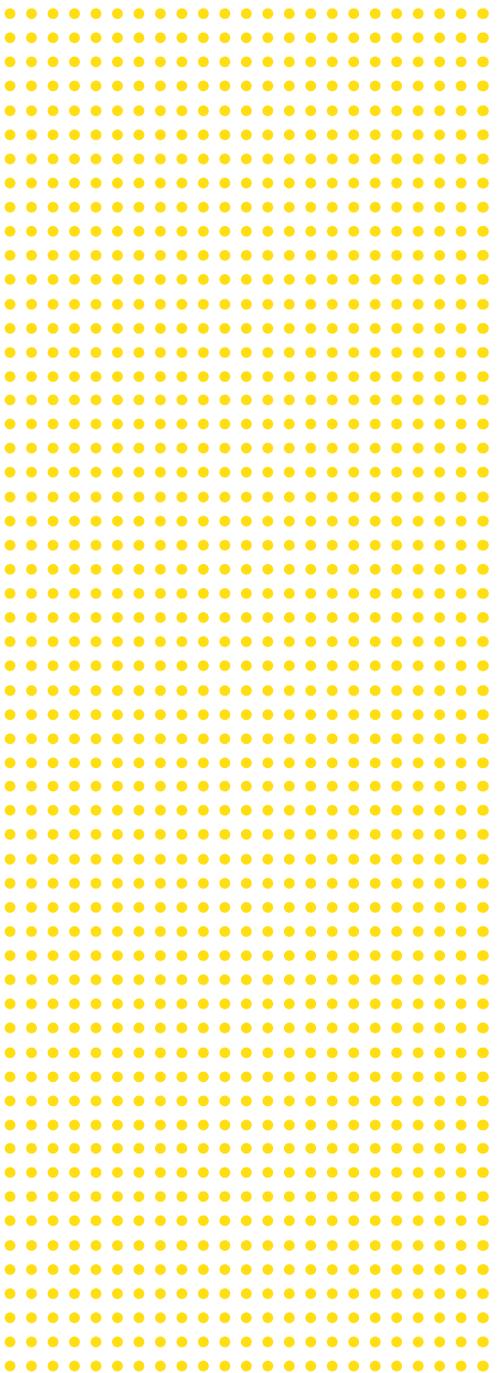
V-935-2023

### **ISBN**

978-84-482-6815-2

# ANUARIO DE LA MÚSICA VALENCIANA AÑO CERO

- 8** Prólogos  
Raquel Tamarit Irazo  
Luis Óscar García
- 12** *Medir, conocer, mejorar*  
Paloma Medina
- 16** *La música: motor silencioso de la economía*  
José Manuel Pastor
- 18** *Por una nueva gobernanza en el sector de la música*  
Raúl Abeledo
- 22** *Reconocer el valor de la industria musical*  
Sergi Almiñana
- 24** Entrevista  
Joan Gregori Maria
- 26** *Duro escenario*  
Fran Bordonado
- 28** *Los promotores musicales, una especie en extinción*  
Joanvi Díez
- 30** *Visibilización y unión técnica*  
Iris Stella
- 32** *Roig Arena, el gran Proyecto Ciudad de València hacia el mundo*  
Víctor Sendra
- 34** *Hacer ciudad a través de la música*  
Quique Medina
- 36** *La internacionalización del sector de la música*  
María Dolores Parra
- 39** *Turismo Musical y music cities: nuestro momento es ahora*  
Paula Simó
- 40** *Al son de la sostenibilidad*  
Fiachra McDonagh
- 42** *Un gran salto sin marcha atrás*  
Carlos Pérez de Ziriza
- 47** *De los reels a los festivales: apuntes sobre el cambiante consumo musical*  
Óscar Piera
- 48** Entrevista  
Toni S. "Panxo"
- 50** *Canción e industria. Una debilidad histórica*  
Josep Vicent Frechina
- 52** *La visibilidad de las mujeres en la industria musical valenciana*  
Monty Peiró
- 54** *Avanza el Estatuto del Artista*  
Guillem Arnedo
- 56** Entrevista  
Jorge Martí
- 60** *Underground valenciano: talento, hiperactividad y riesgo*  
Marta Moreira
- 62** *La música y sus soportes*  
Juan Vitoria
- 64** Entrevista  
Sole Giménez
- 66** *Renovar y transformar a través del diálogo, la planificación y la inversión*  
Marga Landete
- 76** *La vocación de transmitir conocimiento y formación*  
Vicente Martínez
- 78** *El jazz valenciano. Una mirada panorámica hacia nuevos horizontes*  
Enrique Monfort
- 80** *La elección de València como sede de la Berklee College of Music*  
María M. Iturriaga
- 82** *Manteniendo el pulso (y el impulso). La escena musical en Castelló*  
Asun Pérez
- 84** *Una década de nutrición, relación y reproducción de los eventos musicales en la provincia de Alicante*  
Thais Peñalver
- 86** *Circuit Cultural Valencià: dinamizando la industria en el territorio*  
Eudald González
- 92** Entrevista  
Carolina Rodríguez
- 96** *Un territorio de festivales plenamente consolidado*  
Albert Salmerón
- 100** *La música de repertorio*  
Beatriu Traver
- 102** *El papel de las Sociedades Musicales en la inclusión social*  
Cristina Quilez
- 104** *Comunicación, factor esencial*  
Magda Simó
- 106** *La pregunta necesaria*  
Pau Berga
- 108** *El nacimiento de una industria*  
Armand Llàcer
- 120** *Separata fotográfica. La eclosión de una escena*  
Xepo W.S.
- 142** *Separata fotográfica. Pálpitos, conexión, celebración y música*  
Nerea Coll



# RAQUEL TAMARIT IRANZO

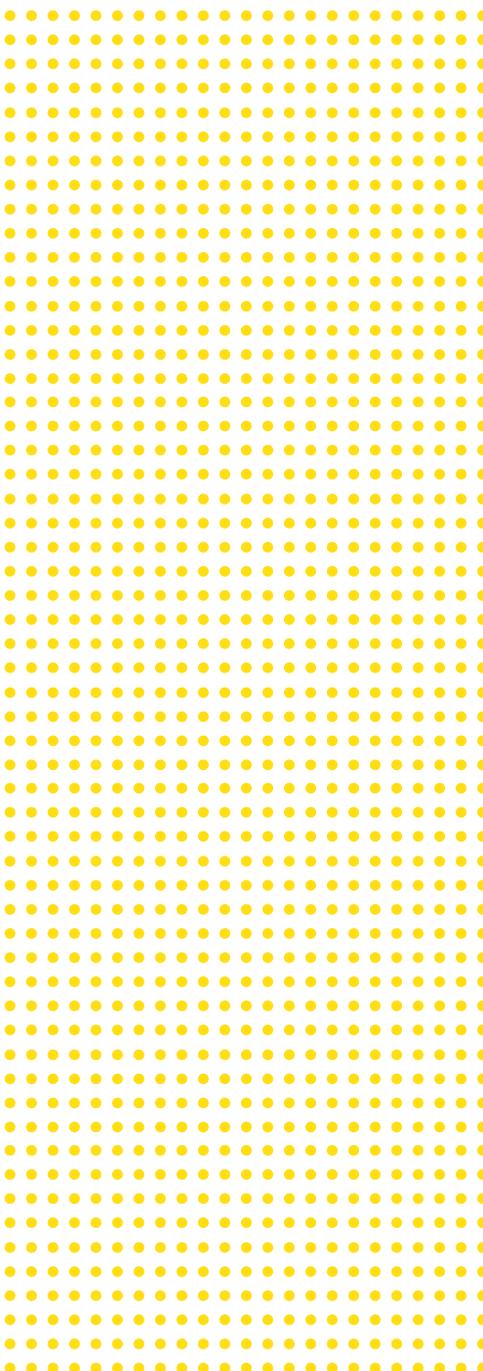
CONSELLERA DE EDUCACIÓN,  
CULTURA Y DEPORTE

Que la sociedad valenciana es esencialmente musical es un hecho incontestable. El territorio valenciano, con sus particularidades culturales, sociológicas y climáticas, es, probablemente, el único en el mundo donde han sucedido fenómenos e hitos musicales tan diversos como son, por citar algunos, la construcción del tejido de sociedades musicales más concentrado y amplio del mundo; la explosión de un circuito de vanguardia musical en los años 80 como fue la "Ruta del Bakalao"; la creación del Festival Internacional de Benicàssim, la cita de la música *indie* de referencia en el sur de Europa; o la consolidación del Festival de Benidorm como el máximo espacio de difusión de la música en el Estado, con el reciente relanzamiento del Benidorm Fest.

La cultura tiene un valor de uso que beneficia directamente a los públicos participantes de las prácticas culturales, pero también tiene un valor de existencia que hace referencia a beneficios obtenidos que afectan a la realidad social en su conjunto. El valor de uso se identifica con lo que una espectadora extrae de una determinada experiencia cultural. Se trata de un beneficio directo: emocionarse, reflexionar, compartir un momento de felicidad, etc. Y el valor de existencia se relaciona con el valor de legado de un producto cultural, que tiene un impacto directo sobre el global de la ciudadanía de un contexto social, económico y cultural, a pesar de no ser consumidora directa. En este contexto, la música tiene un elevado valor de existencia. Su importancia resulta capital en la construcción del imaginario colectivo de las personas.

Desde 2015, con el gobierno del *Botànic*, nos tomamos muy seriamente la necesidad de reforzar la cohesión del sector profesional de la música. Así, iniciamos un trabajo a través de dos líneas: el aumento del presupuesto que destinamos para su organización; y el acompañamiento al sector, desde la dirección adjunta de Música y Cultura Popular del Institut Valencià de Cultura. De esta manera, el impulso a iniciativas que ayudan a consolidar el sector, como el nacimiento de los Premios Carles Santos, el fomento de la contratación musical desde el Circuit Cultural Valencià, la creación del Circuit Sonora o el apoyo al proyecto Valencian Music Office, una estructura estable de colaboración nacida en el seno de la Federació Valenciana de la Indústria Musical (FEVIM), reflejan la preocupación de las instituciones valencianas por articular plataformas profesionales que contribuyan a fortalecer nuestras industrias creativas y musicales. En este sentido, la edición de este *Año Cero* del *Anuario de la Música Valenciana* desempeña un papel fundamental que nos permitirá tener una foto del momento actual y un punto de partida para establecer hojas de ruta en el futuro.

Desde aquí quiero expresar mi sincero agradecimiento a todas las personas que hacen posible que la música siga siendo uno de los elementos que mejor nos definen como pueblo. ¡Larga vida a la música valenciana!



# LUIS ÓSCAR GARCÍA

PRESIDENTE DE LA FEDERACIÓ VALENCIANA  
DE LA INDÚSTRIA MUSICAL (FEVIM)

El presente *Año Cero* del *Anuario de la Música Valenciana* constituye la primera tentativa seria por parte del sector musical valenciano para crear un corpus estadístico que dé sentido al trabajo de los diferentes agentes que participamos en la actividad musical. Se trata de una iniciativa que pretende reunir argumentos con la intención de confeccionar, a medio y largo plazo, un relato sólido que cohesione nuestro ámbito profesional, así como establecer las pautas para su desarrollo. También representa un punto de partida que determina los objetivos, el alcance y el interés de la Valencian Music Office, un proyecto creado en colaboración con el Institut Valencià de Cultura y otras instituciones públicas valencianas para sumar recursos humanos y materiales, y poder incorporar dinámicas de trabajo colaborativas que impulsen nuestro sector.

Después de dos años de dificultad extrema, hemos empezado a recuperar el pulso de nuestra actividad. Ahora resulta imprescindible, e inexcusable, establecer líneas de trabajo planificado para que la industria musical ocupe el lugar que le corresponde en nuestro territorio. Somos uno de los sectores estratégicos más dinámicos en la vertebración de la sociedad, en la generación de riqueza económica y ocupacional, y en la creación de elementos de valor que construyen el imaginario colectivo.

Este número cero se presenta como un compendio de colaboraciones que ha contado con la participación de más de 30 personas representativas de la profesión. Por un lado, reflejan la pluralidad y complejidad del presente de la música en directo en todo el territorio, un ámbito productivo en constante evolución. También señalan buena parte de las carencias, necesidades y reivindicaciones, algunas de ellas históricas, que a corto y medio plazo deberemos ser capaces de afrontar y superar. Finalmente, los datos y testimonios ofrecidos también nos hablan de la necesidad imperativa de disponer a partir de ahora de métodos científicos de análisis para evaluar diagnósticos certeros y encarar el futuro con seguridad. Un futuro que pasa por el reconocimiento pleno de nuestro sector y la mejora de la situación profesional de todos los agentes que forman parte de nuestra cadena de valor; un futuro en diálogo fluido con la administración en aspectos tan importantes como la mejora de la competitividad empresarial, donde factores como la sostenibilidad, la inclusión o la solidaridad sean valores prioritarios. Las 70 empresas que actualmente conformamos la Federació Valenciana de la Indústria Musical estamos preparadas, alineadas y en sintonía para recorrer el camino.

## Medir, conocer, mejorar

A estas alturas, seguro que quienes nos leen han oído hablar del concepto de “ciudad musical” o “music city”, aquella ciudad o región que cuenta con una economía musical vibrante y promueve políticas y programas para su desarrollo sostenible. Aunque la Comunitat Valenciana ha sido históricamente un territorio musical bien conocido, en los últimos años este reconocimiento formal ha empezado a cobrar más importancia. Este reconocimiento viene de la mano de un asociacionismo cada vez más fuerte en el sector de la música y de un compromiso con la investigación y el análisis de datos sobre el sector, que demuestran su valor y su potencial para contribuir positivamente a mejorar nuestras vidas, tanto para los que vivimos aquí como para los turistas que nos visitan.

Uno de los hitos más importantes que hemos conseguido, relacionado con los datos y el talento musical en nuestra región, fue en 2019. Llíria fue nombrada ese año Ciudad de la Música por la UNESCO, con el reconocimiento internacional de la educación y las sociedades musicales no sólo de la ciudad, sino de la cultura bandística que impregna todo el territorio valenciano.

---

**La música valenciana es un sector económico importante con un impacto social y de imagen muy elevada, pero necesitamos datos que avalen esta intuición**

Considero que este título, que sólo ostentan otras 49 ciudades en todo el mundo, es inseparable del estudio de 2018 *Actualización de datos sobre la estructura económica, dimensión económica e impacto de las sociedades musicales en la Comunitat Valenciana*, elaborado por la Unidad de Investigación en Economía de la Cultura y el Turismo (Econcult) de la Universitat de València. Ese informe calcula que la riqueza generada por la actividad de las sociedades musicales de la Comunitat Valenciana en 2016 rondó los 40 millones de euros, una cifra que representa el 0,04% del Producto Interior Bruto de la región. El estudio explica que la Federación de Sociedades Musicales de la Comunitat Valenciana (FSMVCV) agrupa a 549 sociedades musicales y sus escuelas de música, con 40.000 músicos, 60.000 alumnos y más de 200.000 socios. Estas entidades están presentes en el 95% de los municipios de las provincias de Alicante, Castellón y Valencia de más de 500 habitantes. Poder cuantificar el impacto social y económico del sector musical más arraigado en nuestro territorio ha abierto nuevas puertas, como el reconocimiento de la UNESCO. Pero ¿dónde deja esto a la música comercial de la Comunitat Valenciana?

Y es aquí donde podemos presentar la razón de ser de este *Anuario Año Zero* y de su sucesor el próximo año. Aunque existen estudios sobre los sectores culturales y el ámbito cultural en España, no disponemos de datos recientes sobre la realidad de la música comercial en la Comunitat Valenciana. Conocer la realidad de esta actividad, que es profesional o aspira a serlo, debe ser una prioridad para el propio sector si queremos ser mejores, crear un ecosistema más rentable para

**PALOMA  
MEDINA**

Investigadora especializada en Cultura y Turismo

todos los que formamos parte de él y que el valor que generamos sea reconocido, no sólo aquí, sino también en el resto del mundo. Por eso queremos iniciar un proceso de investigación, de ver, escuchar y analizar, que nos permita generar una radiografía del sector. ¿Cómo lo estamos haciendo? ¿Qué queremos cambiar? ¿Qué estamos haciendo ya? y ¿Hacia dónde queremos ir? Disponer de estos datos cuantitativos y cualitativos nos ayudará a comprender y comunicar cómo generamos valor, cuánto generamos y dónde lo generamos.

Desde el equipo responsable del *Anuario* creemos que la música valenciana es un sector económico importante con un impacto social y de imagen muy elevado, pero necesitamos datos que avalen esta intuición. Algunas de las noticias más recientes sobre el sector apuntan a que nos encontramos en el punto más alto que ha vivido el sector musical regional en mucho tiempo. Es el momento en el que más ayudas se están prestando al sector desde la Generalitat Valenciana. València se ha unido a la *Music Cities Network* a través de una alianza con Visit València y la Federació Valenciana de la Indústria de la Música (FEVIM). Las progresivas negociaciones y aprobaciones hacia la creación definitiva del Estatuto del Artista a nivel nacional prometen un futuro esperanzador para quienes quieren vivir de la creación musical. Y en el sector privado, este año se ha anunciado la adquisición de The Music Republic por Providence Equity Partners, un fondo de capital riesgo estadounidense, por unos 120 millones de euros.

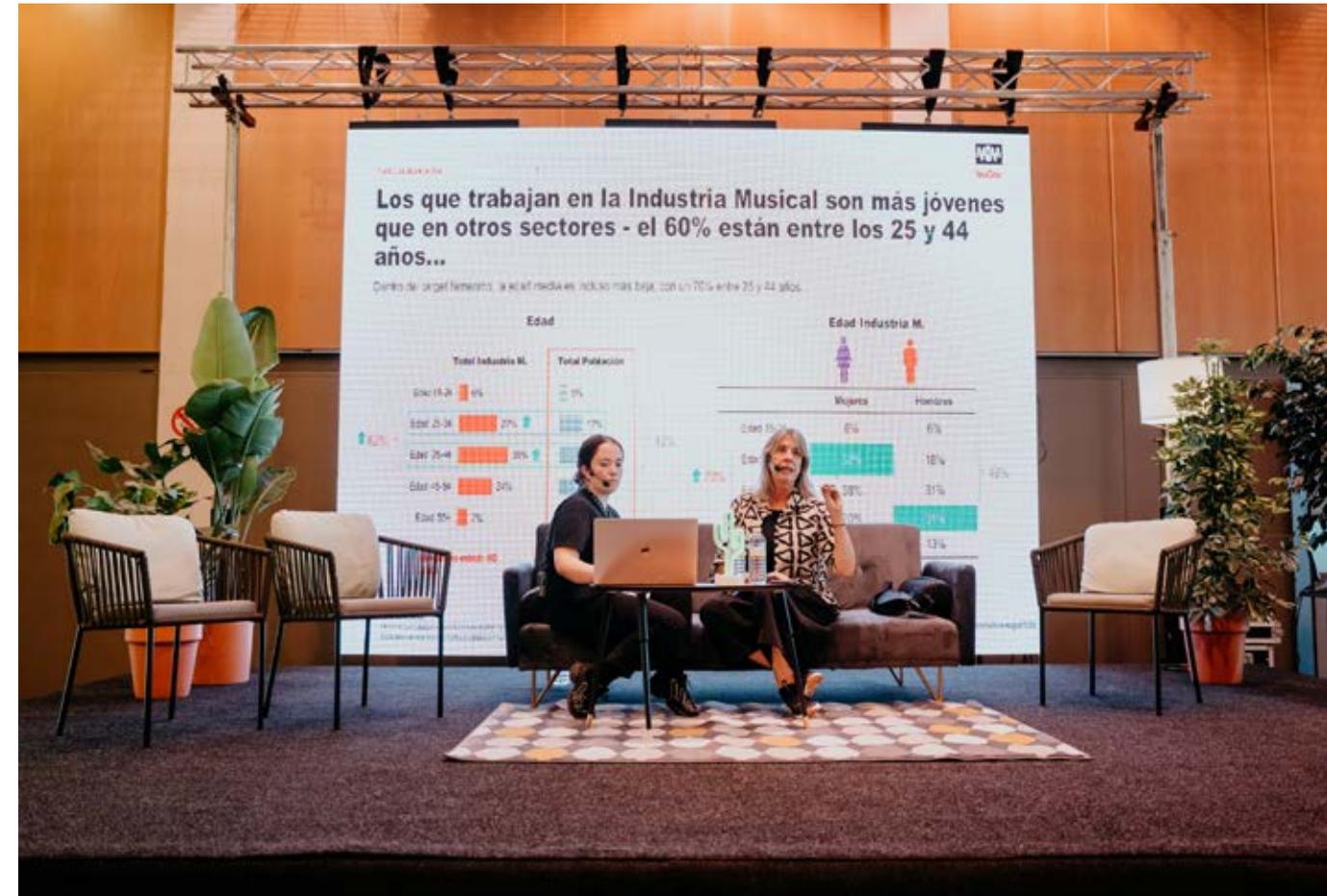
Es un buen momento para el sector musical en general, pero también es importante comprender que, aunque nuestro sector musical está más vivo que nunca, sigue habiendo enormes desigualdades que medir y atacar, haciéndolas visibles a nivel sectorial y territorial. Sabemos que existen brechas salariales por género y edad, que la Asociación MIM cuantifica en más de un 20% (8.000 euros de diferencia) en su *II Estudio de Género en la Industria de la Música*, pero ¿cómo nos afecta a las profesionales que desarrollamos nuestra carrera en la Comunitat Valenciana? Sabemos que existe una cadena de valor de la música en vivo que aún se está recuperando de la crisis pandémica, donde en 2021 facturó 382.596.238€ en toda España según el *Anuario de la música en vivo 2022* de la Asociación de Promotores Musicales, pero ¿cuál ha sido el impacto de nuestros ciclos, festivales y salas de conciertos en Castellón, Alicante y Valencia?

Estamos revisando estos y otros estudios nacionales e internacionales recientes para poder saber en qué contexto nos encontramos, porque conocer estos datos y otros más sobre nuestra industria nos ayudará a generar estrategias para convertirnos en una industria más próspera y resistente.

Así, el proyecto *Anuario Año I* será la respuesta a la falta de un corpus estadístico que sirva como fuente de difusión de la industria musical valenciana, dará visibilidad a los diferentes agentes implicados, promoverá las buenas prácticas profesionales y contribuirá a la defensa de los intereses del sector. La propuesta metodológica que planteamos para este proyecto es la siguiente, a comenzar a partir de mayo de 2023:

- **Iniciación e ideación**  
Definiremos los objetivos, la visión, la misión, los contenidos y la línea editorial mediante la revisión de los documentos existentes y la disponibilidad de datos en la región.
- **Recopilación y evaluación de datos cuantitativos**  
A través de una alianza con el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE) y con la colaboración de los agentes del sector musical recopilaremos y analizaremos datos cuantitativos.
- **Recogida y evaluación de datos cualitativos**  
Seleccionaremos y entrevistaremos a agentes culturales mediante sesiones de grupo y entrevistas individuales para informar sobre la situación actual del sector y sus perspectivas de futuro.
- **Redacción y publicación**  
Dirección editorial de artículos comisariados y redacción de contenidos propios para el *Anuario*.
- **Producción de la publicación**  
Publicación final, maquetación, impresión y producción de la página web. Difusión de la comunicación y presentación pública.

Este es el año cero para empezar a medir lo que existe. Somos un sector con herramientas, con altavoces y plataformas para trabajar inteligentemente y crear el futuro en el que queremos vivir de la música. Contamos contigo para colaborar en este nuevo capítulo del sector musical valenciano y comunicar lo mucho que aportamos a este territorio. Este es nuestro momento.



☑ Presentación del II Estudio de Género en la Industria de la Música (Asociación MIM, Mujeres de la Industria de la Música) en la Fira Trovam, 2022. Foto: Claudia Marconell

**Crear un ecosistema más rentable para todos los que formamos parte y que el valor que generemos sea reconocido, no sólo aquí, sino también en el resto del mundo**



☑ Concerts de Vivers, 2022.  
Foto: Rubén Salcedo

●  
Catedrático de Análisis Económico  
de la Universitat de València

## LA MÚSICA: MOTOR SILENCIOSO DE LA ECONOMÍA

José Manuel ●  
Pastor

A lo largo de los siglos, València ha sido el hogar de numerosos artistas y músicos que han dejado su huella en la historia musical, desde la música clásica hasta la música popular y contemporánea. Esta diversidad musical ha permitido que la región se posicione como un importante centro cultural de la música en España y en el mundo.

No obstante, esta importante contribución cultural podría pasar desapercibida si no se documenta en un anuario que recopile regularmente la actividad del sector y visibilice su importancia.

Pero la música no es sólo cultura, que no es poco, también es una importantísima industria generadora de empleo. Es por ello por lo que resulta imprescindible disponer de un estudio de impacto económico de la industria musical que complemente el anuario con cifras de empleo y actividad económica generada.

En efecto, la industria musical general y, especialmente, la celebración de eventos musicales tiene importantes repercusiones económicas sobre la economía local. Todo evento musical en vivo genera actividad económica directa sobre el sector turístico al atraer a visitantes que dinamizan el turismo local (hoteles, restaurantes, bares, etc.), pero también sobre los sectores audiovisual, de seguridad, emergencias, publicidad y marketing, etc. A su vez, estas actividades afectadas de manera directa por la organización del evento contratan servicios y realizan compras a proveedores de otros

sectores económicos, que se verán beneficiados de manera indirecta por la organización del evento. Se inicia así una cadena de efectos indirectos sobre todas las ramas de la economía.

Disponer de un estudio de impacto de los eventos musicales en directo permitiría visibilizar que la música no solo es cultura y un patrimonio intangible, sino que también es una industria generadora de actividad económica y de empleo.

Asimismo, proporcionaría argumentos tangibles, sólidos y objetivos en términos de actividad económica y empleo generado para que las administraciones públicas puedan justificar su apoyo financiero a los organizadores de eventos musicales y comunicar con mayor transparencia a través de los medios de comunicación, con la generación de un mayor interés por los festivales.

Adicionalmente, contar con datos concretos sobre el impacto económico de los eventos musicales permitirá a los promotores demostrar a potenciales patrocinadores su capacidad para atraer a una gran audiencia y justificar su patrocinio en estos acontecimientos.

El estudio de impacto también sería una herramienta para mejorar la reputación y el reconocimiento social de los festivales no solo como patrimonio cultural, sino como un motor económico y social importante que contribuye al desarrollo de la región y genera un impacto positivo en la vida de las personas que viven en ella.

## POR UNA NUEVA GOBERNANZA EN EL SECTOR DE LA MÚSICA

Raúl Abeledo ●

En este breve texto reflexionaremos sobre la necesidad de plantear nuevos estilos en las políticas públicas a la hora de impulsar el sector musical como motor del desarrollo territorial valenciano. Numerosas publicaciones e investigaciones avalan a nivel internacional los múltiples y diversos beneficios del arte y la cultura para la innovación y la competitividad, y así lo recoge la propia Generalitat Valenciana en su programa *Fes Cultura* (2015).

En cuanto a las políticas públicas, el paradigma de la gobernanza (Blanco, Gomà, 2006) señala que para abordar conflictos caracterizados por una elevada complejidad es necesario articular acciones de planificación estratégica y consenso en la toma de decisiones entre los agentes implicados en las problemáticas y su resolución. Y este es el caso que nos ocupa y por partida doble.

Por un lado, por el valor diverso que presentan las actividades vinculadas a la música en relación con las dinámicas de desarrollo e innovación regional (vertebración de la ciudadanía, inclusión social, calidad de vida y bienestar, competencias creativas y desarrollo del capital humano, etc.). En este sentido, podemos identificar cuatro líneas de valor que aporta la música al desarrollo socioeconómico de las regiones (Addis y Rurale, 2021): valor de identidad, valor económico, valor creativo y valor de bienestar. En el caso de la Comunitat Valenciana, encontramos múltiples ejemplos que así lo acreditan. Desde el valor identitario de la actividad de las sociedades musicales hasta el impacto económico y de promoción turística de los festivales de música en vivo.

Por otro lado, y ante este importante y diverso potencial de la música, también podemos considerar la complejidad asociada a las limitaciones y restricciones a las que se enfrenta el sector. Así, podemos identificar cuestiones como la complejidad definida por las dimensiones empresariales y laborales (como un tejido productivo caracterizado por el predominio de las PYMEs, la falta de articulación del sector o la precariedad imperante en las condiciones de trabajo).



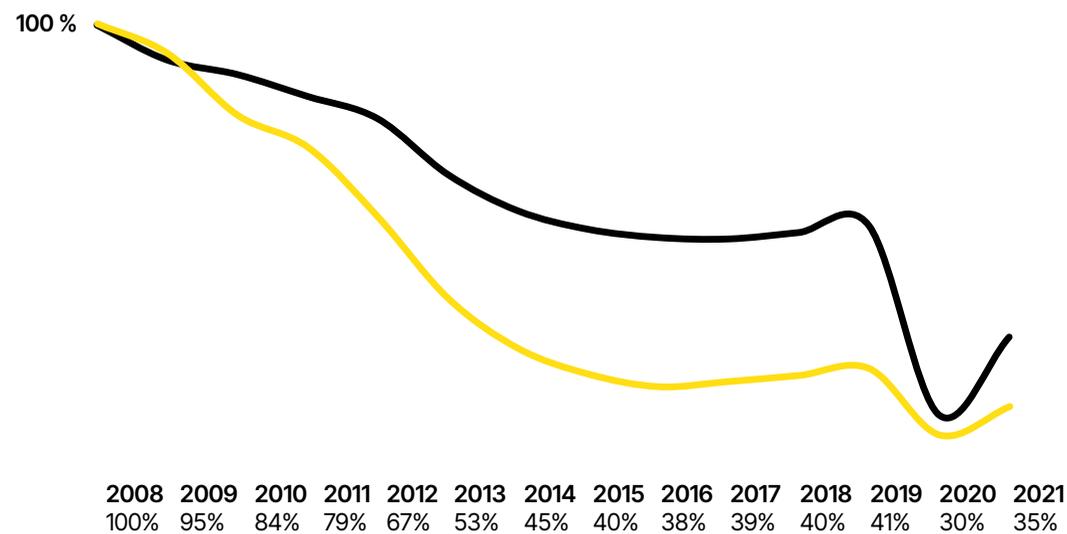
☑ Concierto de Cactus en el Circuit Viu, 2022.  
Foto: Óscar Camacho

Otras cuestiones a considerar tienen que ver con el riesgo de instrumentalización del sector por otras políticas sectoriales (como puede ser el turismo) o los modelos de negocio dominantes como son los de los macrofestivales y su burbuja especulativa. Por otro lado, tampoco podemos olvidar cuestiones de gran trascendencia como es el mismo valor social asignado por la ciudadanía al sector de la música, que en la práctica se manifiesta ciertamente como secundario.

En este escenario, con las dinámicas de fondo de la transformación digital y la internacionalización de los mercados financieros y productivos, el sector musical se enfrenta de manera cada vez más intensa y acelerada a los retos de innovación, adaptación y competitividad. Cambios que afectan fundamentalmente a las formas de creación, producción, distribución y monetización de la actividad musical.

Las recientes crisis financiera (2008) y pandémica (2020) han intensificado y acelerado buena parte de las lógicas de este diagnóstico y con ello la necesidad de emprender respuestas integrales y coordinadas desde los diferentes niveles de las administraciones públicas.

**EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE CONCIERTOS DE MÚSICA POPULAR (VALOR DE 2008=100)**



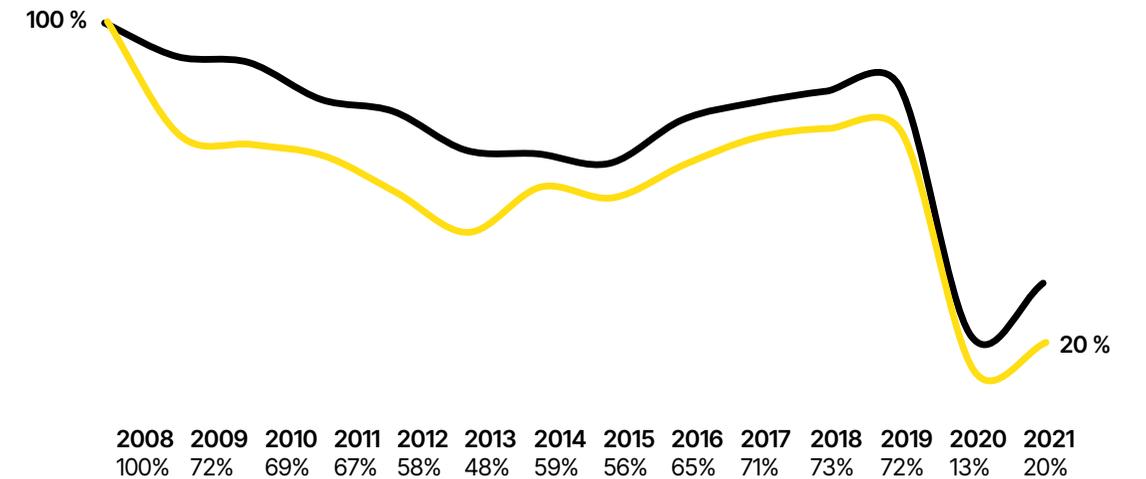
— TOTAL  
— COMUNITAT VALENCIANA

○ FUENTE: Elaboración propia a partir del Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales

Como conclusión y para finalizar nuestro texto, incorporamos dos gráficos muy ilustrativos sobre la evolución reciente de la oferta de la música popular en la Comunitat Valenciana y España. En los mismos se puede visualizar claramente cómo afectan las sucesivas crisis sufridas en términos de número de conciertos y espectadores, dos variables claves para la vitalidad del sector.

Por todo ello, es necesario desarrollar un diagnóstico integral del sector, con el objetivo de definir el escenario de partida y diseñar de manera consensuada con los agentes implicados una hoja de ruta a medio y largo plazo.

**EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE ESPECTADORES DE MÚSICA POPULAR (VALOR DE 2008=100)**



— TOTAL  
— COMUNITAT VALENCIANA

○ FUENTE: Elaboración propia a partir del Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales

**REFERENCIAS:**

Addis, M., & Rurale, A. (2021). A call to revise cultural business management. In M. Addis & A. Rurale (Eds.), *Managing the cultural business: Avoiding mistakes, finding success* (Chap. 1, pp. 1-31). Routledge.

Blanco, I; Gomà, R. (2006) Del gobierno a la gobernanza: oportunidades y retos de un nuevo paradigma. *Polítika: Revista de Ciencias Sociales*, (2), 11-27.

Generalitat Valenciana (2015) *Fes Cultura Pla Estratègic Cultural Valencià 2016/2020*. Disponible en: <https://ceice.gva.es/documents/161634256/162466274/FES+CULTURA+esp.pdf/c262f209-3503-421c-a389-d7777c8009a3>

## RECONOCER EL VALOR DE LA INDUSTRIA MUSICAL

Sergi Almiñana ●

Hay un antes y un después en la industria de la música en directo tanto en la Comunitat Valenciana como en cualquier otra región del mundo. La pandemia paralizó el gran crecimiento que el sector había experimentado en el periodo 2001-2019 con unas cifras que llegaron en nuestro país a una facturación de más de 380 millones de euros. Y fue la Comunitat Valenciana uno de los territorios que con más relevancia contribuyó a ese incremento, junto a zonas siempre punteras como la Comunidad de Madrid y Cataluña.

Este crecimiento en nuestra región ha tenido dos factores relevantes: la producción de grandes eventos y festivales musicales; y el desarrollo de una estrategia para impulsar la música en directo como un sector clave en la promoción turística y del ocio.

Este camino truncado ha sido difícil de superar para el conjunto de empresas que formamos parte de un ecosistema diverso y necesario para que un concierto o un festival de música pueda alzar el telón y sea una realidad y una experiencia completa para el público. Estos 3 años llenos de dificultades, desde la pandemia hasta la actual crisis energética, han visibilizado por una parte la falta de inversión y fragilidad de nuestro sector, pero también el potencial para ser una industria estratégica, altamente preparada y con una gran capacidad de adaptación.

El camino para recuperar la senda del crecimiento requiere desarrollar nuevos retos y oportunidades que permitan a esta industria adaptarse a un modelo de consumo de la cultura en directo en constante evolución, donde la tecnología, la digitalización y la sostenibilidad ya son decisivas en la definición del nuevo orden mundial.

En ese sentido, seguimos teniendo un camino por recorrer para que nuestras administraciones consideren la música en directo como una industria en términos de contribución a la economía y a la creación de empleo y, en consecuencia, destinen recursos para su desarrollo como sucede en otros sectores.

El tejido empresarial de la música en directo estructura en estos momentos, y más que nunca, un modelo de dinamismo sectorial. Lo hace con el desarrollo de asociaciones profesionales organizadas para implementar y consolidar un modelo de colaboración entre las administraciones públicas y el sector privado.

Tenemos una oportunidad para impulsar y activar dinámicas de colaboración desde el ámbito local y autonómico para que la música en directo se consolide como un elemento clave en el desarrollo de nuestras ciudades.



☑ Concierto de Santero y los Muchachos en Nits de Vivers, 2022.  
Foto: Rodrigo Márquez

# Joan Gregori Maria

PRESIDENTE DE LA VALENCIAN MUSIC ASSOCIATION (VAM!)



Joan Gregori Maria Femenia (València, 1973) es gestor cultural desde hace más de dos décadas. Fue uno de los impulsores del VAM! (Valencian Music Association), germen de la Fira Valenciana de la Música Trovam, en 2013, de la que fue director hasta 2022. Actualmente ejerce funciones ejecutivas en el área de música, producción y *booking* de Pro21 Cultural, una de las promotoras musicales valencianas más importantes de la actualidad.

Por Víctor López

☑ Joan Gregori Maria. Foto: Rosa Sagredo

**Fuiste uno de los impulsores de la Fira Valenciana de la Música Trovam en 2013. ¿Cómo surgió la idea? ¿Crees que su evolución esta década muestra la transformación de la industria musical valenciana?**

En 2013 estábamos en el suelo por la crisis económica. Las empresas del sector hicimos de la necesidad virtud e intentamos ordenar esa falta de interlocución con las instituciones públicas. Al VAM! (Valencian Music Association), germen del asociacionismo musical profesional, se unieron después organizaciones de promotores, los festivales y las salas, además de Metrònom de Castelló. A partir de ahí pensamos en organizar unas jornadas profesionales. También se debe recordar que, en aquella época, Aspenca y La Gossa Sorda estaban en su momento álgido. Estos son los cimientos. En 2015, con el cambio político en las administraciones, pusimos encima de la mesa un proyecto de feria musical autonómica similar a las de otros territorios del Estado. En Cataluña llevan 30 años con este modelo de profesionalización.

Posteriormente, entre 2015 y 2018, se tomó conciencia de que éramos una industria. Esto posibilitó que se unieran desde el pequeño festival al promotor que empezaba y, después, se sumaron los grandes festivales con años de experiencia. Creamos mesas de debate con amplia participación. Había muchas ganas de reflexionar sobre muchos temas: desde el Estatuto del Artista hasta las relaciones del sector con la administración o las ayudas a gestionar. El Trovam ha sido un punto de inflexión.

**En los años ochenta y noventa, y probablemente hasta hace bien poco, la industria musical valenciana era precaria. Así, ir a Madrid o Barcelona era lo habitual entre los grupos valencianos que destacaban y querían desarrollar su carrera para vivir de su trabajo. En la actualidad hay grupos locales con relevancia estatal, y otros con proyección, que trabajan desde la Comunitat Valenciana. ¿Cómo ha sido el proceso?**

Se ha producido una toma de conciencia por parte del sector. Esto es primordial. Hay unos elementos comunes entre empresas de tu territorio y unas políticas desde todos los ámbitos -local, provincial y autonómico- desde las que se puede trabajar, y en las que durante muchos años hemos estado en condiciones de desigualdad con otras autonomías del Estado. No es que no hubiera empresas musicales durante los años 80 o 90 en el País Valencià, pero ahora se han creado nuevas inercias. También es cierto que el giro radical de la industria global, que ha pasado de nutrirse de las ventas de discos a hacerlo de los directos, ha facilitado la localización y que haya más empresas kilómetro cero.

**La pandemia paralizó también la industria musical. ¿Cómo ha sido la recuperación?**

Si la pandemia nos hubiera pasado seis años antes, el sector musical valenciano hubiera colapsado. El Trovam resultó providencial para tener una base sólida; las ayudas estaban bien encaradas; los presupuestos eran diez veces superiores a los de 2013. Nos cogió con parte de los deberes hechos, aunque nuestras estructuras empresariales y la inversión institucional aún no son comparables a otras: en Cataluña existe una Dirección General de Industrias Culturales que aquí seguimos reivindicando. Nosotros hemos ayudado a la administración en plena pandemia con estrategias para no paralizar la cultura pese a los confinamientos o en los primeros protocolos sanitarios para poder realizar conciertos. Ha sido una interlocución fluida.

Con la plena normalidad, el sector ha trabajado mucho y se han recuperado los números previos a 2020. Muchos de los festivales y giras aplazadas han saturado a los equipos de producción, y se ha hecho patente la falta de infraestructuras, de equipos técnicos. El *boom* de la reapertura ha sido bueno en facturación, pero un golpe de realidad para valorar que esto no es infinito, que no se puede crecer exponencialmente sin que peligran cuestiones técnicas y de seguridad. Los trabajadores de la música que durante los cierres encontraron trabajos en otros ámbitos no volvieron al sector, y los que se quedaron no dieron abasto durante 2022. La postpandemia ha reestructurado el sector y ha abierto el debate sobre las condiciones laborales. La pandemia ha provocado un cambio mental en la manera de afrontar el trabajo y los empleados valoran más el tiempo con la familia que enredarse en una gira de treinta conciertos en treinta días.

**El desarrollo de la promotora Pro21 Cultural, nacida en 2000, ¿es el reflejo de esa transformación desde una industria incipiente a una realidad empresarial consolidada?**

Comenzamos a llevar grupos en el momento que van profesionalizándose y nos centramos en el territorio natural. Una parte de nuestra industria tiene como fundamento la unidad de la lengua, que es lo que mantiene parte de nuestro sector. Necesitamos un mercado natural donde el grupo crezca. La Fúmiga tiene veinte conciertos en el País Valencià y casi cuarenta en Cataluña. La creación de un circuito ha sido uno de nuestros ejes, y se ha hecho a base de tiempo y de desarrollar una estructura que va desde los estudios de grabación, los sellos discográficos y las empresas promotoras y de producción hasta los medios de comunicación especializados. Así se conforma un engranaje que ha podido consolidar a algunos grupos hasta llegar a la realidad de hoy en día.

●



☑ Concierto de Amarillo Fiesta en La Salà. Circuit Viu, 2022  
Foto: Guillem Garay

●  
Presidente de la Associació de Sales Privades  
de Música en Directe (En Viu!)

## DURO ESCENARIO

Fran Bordonado ●

Hay algo que tenemos en común las salas de conciertos: la capacidad de resistir a las adversidades. La pasión por la música en vivo que tenemos hace que hayamos buscado energías y apoyos en todos los frentes posibles con la firme intención de dignificar y posicionar a las salas como sector estratégico, tanto en el ámbito laboral (con la creación de puestos de trabajo directos e indirectos) como en el ámbito cultural, como sector imprescindible. Nuestra función es la de estar junto a los artistas. Somos el trampolín de todos esos proyectos que hoy en día llenan grandes eventos, apostamos siempre por el talento y vertebramos el acceso a la música de una manera sostenible y descentralizada. Además, estamos atentos a las nuevas tendencias sin dejar de lado los estilos más populares o clásicos. Y, todo esto, con la dureza de muchas veces no conseguir cuadrar los números a final de mes.

Así, nuestra situación sigue siendo relativamente frágil. Tras el golpe de la pandemia que nos tuvo prácticamente 2 años sin actividad, tenemos que enfrentarnos ahora a una sobre saturación de eventos programados en prácticamente todos los espacios al aire libre de todas las poblaciones y ciudades, con una periodicidad que en ocasiones roza el monopolio de oportunidades artísticas y con una notable inyección de ayudas económicas para estos eventos, tanto públicas como privadas. A esta situación muchas veces se le suma que el acceso es gratuito o con un precio de la entrada muy por debajo de mercado. Esta realidad genera en la sociedad la peligrosa y equívoca idea de que la música debe ser gratuita o barata, una especie de "ruido de fondo" para las actividades de ocio, algo que está muy lejos de nuestra identidad.

No obstante, por duro que parezca este escenario, las salas de conciertos seguimos teniendo esa cualidad especial de cercanía con los artistas, la capacidad de transmitir el arte de una forma pura y directa. De esta manera, generamos sensaciones únicas para esos "pocos" elegidos que apuestan por los conciertos en las salas de su territorio, o que incluso se desplazan a otras zonas sabiendo que van a presenciar un concierto singular, valorando la capacidad de arriesgar que tienen las programaciones de las salas con el fin de conseguir el equilibrio y mantenerse a flote dentro de la industria musical. Es tanta la capacidad que tenemos de "pelear a la contra", que el concepto de "DURO ESCENARIO" es todo un piropo para nosotras. #ApoyaTuSala



☑ Concierto de León Benavente en el festival Love To Rock, 2021.  
Foto: Irene Bernad

●  
Presidente de la Associació de Promotors de Festivals  
de la Comunitat Valenciana (PROMFEST)

## PROMOTORES MUSICALES, UNA ESPECIE EN EXTINCIÓN

Joanvi Díez ●

La industria musical ha sido durante mucho tiempo una de las más prolíficas y dinámicas del mundo del entretenimiento, con una gran cantidad de promotores musicales que han luchado por descubrir y promocionar nuevos talentos, organizar eventos, conciertos y festivales, y crear experiencias únicas para los fans. Sin embargo, a lo largo de los años, los promotores musicales nos hemos enfrentado a muchos desafíos y reivindicaciones históricas, y hay preocupación sobre cómo la industria se enfrentará a los retos del futuro.

Una de las principales reivindicaciones históricas ha sido la falta de reconocimiento y valoración de nuestro trabajo, el reconocimiento y el respeto a una profesión digna por parte de las administraciones. A menudo se considera que los promotores musicales somos, simplemente, intermediarios entre los artistas y el público. Sin embargo, en realidad, somos los responsables de garantizar que los conciertos, eventos y festivales se planifican y ejecutan con éxito. Además, los promotores también asumimos el riesgo financiero de organizar un evento, lo que significa que podemos perder una gran cantidad de dinero si el acontecimiento no es un éxito (cosa que suele pasar). Por lo tanto, es importante que se reconozca y se valore adecuadamente el trabajo de los promotores musicales.

La cultura es un derecho fundamental contemplado en la Declaración Universal de los Derechos Humanos. En el artículo 15 se pone el acento en el derecho a participar en la vida cultural, la protección, el desarrollo y la difusión de la ciencia y la cultura. Por ello, pedimos reconocimiento y respeto como una profesión legítima; negociar condiciones justas con artistas y proveedores de servicios; luchar contra la incertidumbre y la volatilidad del mercado; acceso a infraestructuras adecuadas para realizar eventos; reducción de impuestos y cargas fiscales en el sector; mayor apoyo gubernamental y

reconocimiento cultural; mayor seguridad para los eventos y los asistentes; mayor protección para los trabajadores de la industria musical; y fomentar el acceso a la música en todas sus formas y géneros. Estas son nuestras reivindicaciones.

Una reclamación histórica para nosotros, y más en la ciudad de València, siempre ha sido la obtención y concesión de recintos públicos y privados para organizar eventos. Los que hay son muy pocos y no están preparados. Además, las actualizaciones normativas están imponiendo cada vez regulaciones más estrictas, lo que nos está dificultando la organización de este tipo de actos (aforos, horarios, documentación administrativa, tasas, etc.) y pone obstáculos a la posibilidad de plantear programaciones de calidad, giras internacionales, etc.

Otro desafío importante al que nos enfrentamos los promotores musicales es la adaptación a los cambios tecnológicos en la industria musical. En el futuro, los promotores musicales tendremos que encontrar maneras de seguir siendo relevantes y competitivos en una industria que está en constante evolución. Esto puede significar la adopción de nuevas tecnologías, la innovación en la organización de eventos y la exploración de nuevos modelos de negocio. Los promotores deberemos trabajar en estrecha colaboración con los artistas y administraciones para garantizar que los eventos sean más sostenibles y responsables desde el punto de vista ambiental, económico y social.

Fomentar la diversidad y la inclusión en la industria musical; mantener y mejorar la calidad de los eventos y las experiencias del usuario; y proteger la salud y bienestar de los artistas, trabajadores y público son retos pendientes de futuro en los que deberemos insistir, trabajar y mejorar.

## VISIBILIZACIÓN Y UNIÓN TÉCNICA

Iris Stella ●

La pandemia ha mostrado la fragilidad y ha evidenciado los problemas de muchos sectores, como es el caso del nuestro: el sector de la producción técnica. A ojos de la administración no somos percibidos como una industria, sino que en el mejor de los casos somos el sector del ocio, aunque normalmente somos más bien vistos como "esa cultura que resulta fácilmente prescindible en época de crisis". De hecho, la mayor evidencia de esto es que los trabajadores técnicos están inscritos en epígrafes que no coinciden con su actividad profesional.

Además, la pandemia forzó a que muchos profesionales salieran hacia otras actividades laborales que les ofrecían más estabilidad y menos incertidumbre. Lamentablemente, muchos de estos trabajadores no han regresado después de esa situación tan atípica que vivimos en 2020. También fue un momento de reflexión y parón que ayudó a visibilizar y a concienciar de los problemas laborales que no se habían resuelto durante muchos años. Así pues, esto derivó en que cuando salimos del estado de pandemia nos encontramos con un sector de técnicos que había perdido profesionales. Esto nos hizo tomar más conciencia de la necesidad de actuar colectivamente y de utilizar la interlocución de las asociaciones y sindicatos para conseguir una reestructuración de nuestras condiciones laborales y salariales.

Por otro lado, además de la necesidad de cambios, también hemos tomado conciencia de la importancia de nuestro papel como eslabón esencial en la cadena de requisitos imprescindibles para la realización de eventos. Además, al contar con formación profesional específica, podemos aportar nuestro conocimiento y ayudar a la buena realización de proyectos. Así pues, buscamos implicarnos más y ser de ayuda tanto para las empresas del sector como para la administración.

En conclusión, si bien la profesionalización de los trabajadores y la formación de asociaciones han contribuido enormemente a la progresión de la industria, todavía queda mucho trabajo por hacer. Si queremos atraer personas a la industria y conservarlas, tanto una buena formación como una dignificación de las condiciones laborales son absolutamente necesarias. Por ello, tenemos que ganar fuerza y seguir luchando mediante la unión, la concienciación y la reivindicación. De esta manera, haremos posible vivir decentemente desarrollando un sector esencial para la cultura y el ocio.



☑ Nits de Vivers, 2022.  
Foto: Rodrigo Márquez



☑ Infografía del proyecto Roig Arena.  
Imagen: Roig Arena

## ROIG ARENA, EL GRAN PROYECTO CIUDAD DE VALÈNCIA HACIA EL MUNDO

Víctor Sendra ●

El Roig Arena será el recinto cubierto multiusos de referencia, tanto en la ciudad de València como en la Comunitat Valenciana, y totalmente preparado para esa proyección internacional que tanto necesitamos y merecemos.

El recinto estará dispuesto para albergar todo tipo de eventos deportivos, culturales, de entretenimiento y corporativos. El proyecto cuenta con un presupuesto de más de 280 millones de euros sufragados íntegramente por Juan Roig con su patrimonio personal.

El Roig Arena contará con una capacidad máxima estimada de 15.600 espectadores en modo básquet y de 18.600 en modo concierto, además de un aforo de 2.000 espectadores en la sala multifuncional que acogerá eventos en paralelo.

Se prevé que la construcción concluya a finales de 2024. El Roig Arena será desde su finalización uno de los principales recintos multiusos de Europa.

El recinto contempla diferentes configuraciones en función de la modalidad de la experiencia que se celebre y, en ocasiones, muchas de estas experiencias sucederán de manera simultánea entre los diferentes espacios. Es importante recalcar que el proyecto nace con la misión de generar actividad todos los días del año. Es por ello por lo que, desde la sociedad operadora, se trabajan los detalles operativos y con el objetivo de que creadores de contenido, promotores, *partners*, etc. consideren esta su casa, donde las experiencias de los eventos sean fantásticas.

Además de la construcción del recinto Roig Arena, está prevista la ejecución de infraestructuras complementarias que dinamicen el barrio, como el aparcamiento, con más de 1.000 plazas, que ya está en obras, el futuro parque público con zonas verdes, una sala multiusos para múltiples disponibilidades de 1.200 metros cuadrados, zonas de restauración y una amplia oferta de localidades, terrazas y zonas premium. A todo esto, se suman las ya inauguradas instalaciones del colegio público Les Arts de València. Por todo ello, concluimos que estamos ante un Proyecto Ciudad que forma parte de un inmenso legado.

●  
Director general del Roig Arena

## HACER CIUDAD A TRAVÉS DE LA MÚSICA

Quique Medina ●

La música es una potente herramienta de transformación y mejora del espacio público. Desde Agència Districte -tras más de 10 años de observación, análisis, escucha y puesta en práctica de casos reales- hemos podido concluir que existen algunos factores coincidentes en iniciativas sonoras ubicadas en lugares menos habituales, más imprevistos, que las salas o auditorios.

La recurrencia y continuidad (ciclos); el apoyo público/privado (necesidad de *sponsoring*); una estrategia comunicativa trabajada y homogénea; el carácter diurno, *outdoor* y desestacionalizado (todo el año); la amplitud y mezcla de públicos; la adaptación e integración en el espacio; y el valor prescriptivo y artístico de su programación son algunas de las características comunes y necesarias en este tipo de propuestas.

Ejemplos reales como La Pèrgola de La Marina de València, Al Port en Castelló o Serialparc han demostrado que la Comunitat Valenciana es -debido a la morfología de sus ciudades y sus condiciones climáticas- un enclave ideal para este tipo de proyectos culturales. Proyectos musicales que, sin duda, refuerzan la estrategia comunicativa y la riqueza de zonas de las ciudades antes infrautilizadas.

- **El paradigma de La Pèrgola de La Marina de València**  
7 años, miles de espectadores (alrededor de 100.000) y más de 200 conciertos después (ni en pandemia se paró), el ciclo de conciertos de la Pèrgola de La Marina de València se ha convertido en el más sólido de España dentro de sus características y en punto de encuentro habitual, de cada sábado, de los valencianos.
- **Al Port, o como extrapolar la experiencia a Castelló**  
En junio de 2021 la Autoridad Portuaria de Castelló buscó acortar la distancia (física y psicológica) con el centro de la ciudad. Hoy se ha conseguido el reto de articular una programación musical que permite asentar la cotidianidad de vivir su fachada marítima como un espacio de referencia.
- **Serialparc, activación de los parques a través de la música**  
El ciclo se traduce en la activación en serie de los parques de València a través de la música. Una actividad anual que permita al público embeberse de las zonas verdes de la ciudad y disfrutar de una serie de conciertos dominicales que ensanchan y vertebran las costuras de la urbe.



☑ Conciertos de La Pèrgola y Serialparc.  
Foto: Patricia Vargas (Agència Districte)



☑ Concierto de Sandra Monfort en BIME Bilbao, 2022.  
Foto: Liberto Peiró

## LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL SECTOR DE LA MÚSICA

María Dolores Parra

Nos encontramos en unos tiempos marcados por la globalización y la digitalización donde los territorios y los ciudadanos están interconectados a través de las nuevas tecnologías y donde la internacionalización de los mercados se está viendo afectada de manera importante por la digitalización de las empresas.

La revolución tecnológica ha cambiado el modelo de negocio y los procesos organizativos de las empresas y compañías. Esto afecta igualmente a las industrias culturales y creativas como, en este caso, la industria de la música, que durante estas últimas décadas ha tenido que ir adaptándose a la nueva economía digital.

La internacionalización en el ámbito musical se refiere a la difusión de la música realizada en un territorio fuera de sus fronteras, en la búsqueda de su expansión y desarrollo. La internacionalización constituye una gran aportación al crecimiento económico de la industria musical y de los intérpretes ya que les abre las puertas a conocer nuevos espacios donde presentar su música, a colaborar con otros artistas en otros contextos y, en definitiva, a enriquecer sus procesos de creación artística.

La internacionalización de la música está, así, intrínsecamente ligada a la movilidad internacional de los grupos y los artistas, que se concreta fundamentalmente en actividades como giras o conciertos, coproducciones o actividades de promoción, presentaciones en eventos o festivales internacionales de música.

Como en el resto de los sectores, la pandemia afectó de lleno a un sector que dependía en gran medida de los festivales y los conciertos como principal fuente de ingresos.

A pesar de la convulsa situación internacional, todos los sectores, también los culturales, están viviendo una vuelta a la normalidad y a la presencialidad en las principales citas internacionales y nacionales. Asistimos, así, a un renacer de las ferias, los festivales y los conciertos que están recuperando su papel como catalizadores de la actividad económica, industrial y cultural, y como potenciadores de la promoción de nuestros principales sectores.

Además, la nueva economía digital ofrece nuevas vías de internacionalización para las industrias culturales y creativas. Nuevos formatos digitales se presentan como excelentes alternativas para darse a conocer fuera de las fronteras.

El sector de la música en la Comunitat Valenciana se enfrenta, desde sus particularidades y contexto, a unos retos muy concretos, entre los que podríamos destacar la superación de las barreras que los grupos o artistas se imponen a sí mismos.

Desde la administración valenciana y, en concreto, desde el Instituto Valenciano de la Competitividad Empresarial (IVACE) de la Conselleria de Economía Sostenible llevamos años asesorando a profesionales vinculados a sectores culturales o creativos en los procesos de internacionalización, facilitándoles los contactos en los principales mercados de exportación de los productos musicales, o citando directamente a programadores a festivales para que los puedan ver actuar.

El IVACE está presente actualmente en los principales mercados europeos, pero también en todo el continente americano, desde Canadá hasta Brasil, todos ellos mercados de gran valor para los intereses musicales. También en el norte de África, mercados que suponen una interesante vía de expansión para determinados grupos. Nuestra presencia internacional, con profesionales locales que conocen de primera mano las características de sus respectivos mercados, es, en estos momentos, nuestra principal vía de apoyo a las empresas y sectores de la Comunitat, un apoyo que personalizamos en función de las características y necesidades de la empresa, grupos o compañías.

Además, el IVACE subvenciona, a fondo perdido, hasta el 90% de los gastos al contratar a un consultor especializado en internacionalización que ayude a los artistas, grupos o compañías a definir una estrategia sólida de salida al exterior.

Por otro lado, el sector cuenta con otras vías, como la línea de ayudas de la Dirección General de Internacionalización, que cubre el 50% de gastos de promoción internacional como puede ser asistir a un festival francés para darse a conocer o citarse con un potencial promotor.

Desde la Conselleria, y desde el IVACE, os animamos a contactarnos para conocer más a fondo todos estos programas de apoyo. Contamos con personal profesional y muy próximo que estará encantado de atenderos y acompañaros en todo este apasionante proceso.

●  
Directora general de Internacionalización de la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo



☑ Dársena de València durante el Festival Love to Rock, 2021. Foto: Nerea Coll

## TURISMO MUSICAL Y MUSIC CITIES: NUESTRO MOMENTO ES AHORA

Paula Simó ●

Viajar para ver un concierto es una experiencia casi mágica. Para que suceda de forma satisfactoria, el nivel de especialización de un territorio debe ser altísimo. Desde toda la cadena de valor de la música, esto es, todas las profesionales que se encargan de poner en marcha la experiencia hasta la administración pública que gestiona el espacio y los servicios públicos, pasando por la hotelería, la restauración o el transporte, deben estar ensamblados casi a la perfección. Si esto sucede, la turista musical volverá a casa teniendo la sensación de haber sido partícipe de un momento único e irrepetible. Y ese momento siempre estará conectado al territorio en el que lo vivió. Porque la música es un lenguaje universal que conecta a personas de diferentes culturas y orígenes y la música en directo, el momento álgido de esa conexión.

El turismo musical, por tanto, es una de las experiencias turísticas que más unen a las personas, es catalizador de la creatividad de un territorio y favorece la diversidad de encuentros, intercambios y relaciones entre residentes y visitantes. También puede ser tractor de más industria musical y de profesionales de la música. Las opciones son casi infinitas.

●  
Investigadora y profesora especializada en Turismo Musical y *music cities*

En los últimos años han surgido numerosos territorios y, sobre todo, ciudades, las famosas *music cities*, que han sido capaces de diversificar su oferta y especializarse en ofrecer experiencias turístico-musicales. Ahora bien, no es lo mismo alojar eventos y festivales, y que ese sea tu reclamo turístico como territorio o ciudad, que partir de una estrategia de posicionamiento desde la base, desde la escena musical local, desde aquello que te hace ser único, generando desarrollo local y opciones de futuro para las profesionales que quieren dedicarse a la música aquí, desde aquí.

Sin duda, el País Valencià, con la ciudad de València como punta de lanza, está en el momento idóneo para decidir cómo quiere posicionarse.

Yo lo tengo claro: somos tierra de músicas, pero debemos conectarnos a otros territorios musicales, generar espacios especializados para la práctica musical y, sobre todo, las oportunidades profesionales necesarias para que podamos vivir de la música aquí. Esto pasa por creernos que podemos, desde la diversidad y la cultura propias, pero también por una estrategia participada por todas las agentes, desde lo público. Es nuestro momento.

## AL SON DE LA SOSTENIBILIDAD

Fiachra McDonagh ●

Cada iniciativa en favor de la sostenibilidad requiere un sobreesfuerzo para asegurar que se consiga el objetivo principal en términos de sostenibilidad mientras se contribuye al fortalecimiento de la marca y a la rentabilidad. Para una organización como Rototom es fundamental saber hasta dónde se puede llegar. El proceso requiere pequeños pasos. Pequeños, pero firmes. Y cada uno de ellos sirve como base para fijar la siguiente acción.

Buscamos crear nuevas experiencias a partir de un compromiso con la sostenibilidad, el medio ambiente y la solidaridad. Sin duda, la sostenibilidad requiere un alto grado de participación y esfuerzo de todas las personas involucradas en un festival, desde la organización al público. Esto significa que el propio proceso puede crear nuevos vínculos sociales y llevar a los festivales a estar más cerca de su público y de la comunidad de su entorno. En ese sentido, en el Rototom tenemos la suerte de contar con un público comprometido, consciente y activo, nuestra familia. Por esta razón, es muy importante para Rototom ir más allá del concepto del festival como proveedor de unos servicios y del público como simples consumidores.

No nos engañemos: la inversión económica es muy elevada, especialmente para eventos autofinanciados como el nuestro, porque, además de las propias iniciativas, existen exigencias y normativas que cumplir. Esto hace que el apoyo público a través de infraestructuras, inversión en tecnología y la innovación sean claves para facilitar la sostenibilidad del sector de la música en vivo. Estos elementos, junto con la colaboración entre los distintos actores del sector, pueden hacer que la sostenibilidad sea más alcanzable.

●  
Jefe de Gestión Integrada, Sostenibilidad y Solidaridad del Festival Rototom Sunsplash

Es necesario recordar que más allá de ser valores de gran importancia, la sostenibilidad y el compromiso social y medioambiental son sellos de calidad para nosotros. Ofrecen una oportunidad no sólo para el festival, sino para nuestro entorno, para desarrollar un tejido social, ambiental, cultural, turístico y comercial de gran valor.

Para Rototom, cuando hablamos de sostenibilidad no hablamos únicamente de medio ambiente. La promoción de la paz, de la igualdad entre las personas, los derechos humanos, la justicia social y la multiculturalidad, así como el respeto del medio ambiente, han estado siempre presentes en nuestra forma de entender el festival y la vida como sostenibles. Pero en términos medioambientales, ha sido un proceso largo que empezó por el reciclaje, el uso de productos de kilómetro cero y el biocompostaje, seguido por la plantación de árboles, el reciclaje de aguas grises, la implementación de tecnología LED, la promoción de la movilidad sostenible y el consumo responsable, la introducción de vasos reutilizables y la eliminación de los plásticos de un solo uso.

En 2019 el festival se declaró PLASTIC FREE. Sin botellas de agua, pero con fuentes y casitas de recarga hídrica, y abogó por el sistema de vasos reutilizables con un fin solidario. En la hostelería del festival se utilizan platos y cubiertos elaborados a partir de materiales biodegradables. Desde 2017 utilizamos pajitas biodegradables que nos ayudan a evitar verter en el planeta 300 kilos de plástico cada año. Hemos ampliado la superficie vegetal del recinto de conciertos con la plantación de más de 700 árboles en las zonas de acampada, con el fin de aumentar las áreas de sombra y ayudar a contrarrestar las emisiones de CO<sub>2</sub>.



☑ Público en el Festival Rototom Sunsplash, 2022.  
Foto: Rototom Sunsplash

Trabajamos para reutilizar el agua con la instalación de dos depósitos de 2.000 litros cada uno para utilizar, previo filtrado, el agua del sumidero de las duchas y de los lavabos de las cocinas del camping para llenar las cisternas de los inodoros. También hemos introducido de forma progresiva la tecnología LED en la iluminación de las diferentes áreas del festival, lo que nos ha permitido reducir en más de un 84% el consumo energético diario del festival. Todas estas iniciativas van acompañadas de un importante programa de recogida selectiva de residuos con más de 500 contenedores de distintos tamaños, también distribuidos en todos los locales de restauración. Combinado con una campaña de sensibilización, el programa nos ha ayudado a reciclar 18.940 kg de residuos y conseguir que la tasa de desechos por asistente sea de 0,09 kg/persona en 2022.

Ya llevamos muchos años trabajando para ser sostenibles sin tener tiempo para medir nuestras acciones y entender bien los distintos aspectos e impactos ambientales de nuestro festival. Así pues, después de estar dos años parados, en 2022 decidimos medir el impacto real de la actividad del festival en el entorno y conseguir el cálculo y la certificación de la huella de carbono por AENOR con el objetivo de mejorar la sostenibilidad medioambiental del festival de forma continua y transparente. Partimos de la idea de que lo que no se puede medir no se puede mejorar. En este punto, el reto no será hacer más, sino aprender a hacerlo mejor. En esto estamos ahora mismo.

## Un gran salto sin marcha atrás

Planteemos un sencillo ejercicio. Imaginad que cualquiera de vosotros se hubiera marchado de nuestro territorio hace más o menos una década, para no volver a saber nada de su vida cultural hasta ahora mismo. Como si los últimos diez años los hubiera pasado aislado de todo lo que ocurría aquí. Como en una burbuja. El panorama que se encontraría delante en 2023, al menos musicalmente, sería muy diferente al de, pongamos por caso, 2011 o 2012. Una abrumadora diversidad y heterogeneidad de propuestas de todo tipo y estilos; un diverso panorama de festivales plenamente consolidado y con el apoyo de las instituciones (cuatro de los diez más concurridos últimamente en el Estado son valencianos: FIB, Arenal, Rototom y Medusa); unos medios de comunicación públicos en los que es habitual escuchar canciones hechas en las comarcas valencianas (en cualquier lengua o género); y grupos valencianos que logran, desde diferentes estrategias, llenar recintos como el Wizink Center de Madrid o el Palau Sant Jordi de Barcelona, aunque sea en su versión reducida, entre las 5.000 y las 8.000 personas. Sí, hablo de Zoo y Los Zigarros. Los segundos, también teloneros de los Rolling Stones en el Estadio Olímpico. También es mucha la presencia local en los numerosos espectáculos que se programan en la calle y que acercan la música valenciana a la gente a precios populares.

---

**La desbordante diversidad y calidad estilística y la normalización de todas las escenas musicales valencianas permiten vislumbrar un futuro optimista**

O directamente gratis. Y una Fira profesional anual que sirve de punto de encuentro y de punto de conversación y debate en torno a su estado de salud. Siempre mejorable, como todo.

No todo es color de rosa, está claro: las dificultades estructurales todavía se notan. La falta de sellos discográficos potentes, de altavoces mediáticos con influencia estatal, la sensación de que todo es más fácil en Madrid o en Barcelona, también incluso en territorios en los que la lengua propia lleva tiempo generando un circuito con el que los músicos se pueden ganar la vida (Euskadi, Galicia). Pero el camino avanzado en la última década es muy grande. Es indiscutible. Y no parece que tenga vuelta atrás, porque muchos de los avances han nacido de la iniciativa privada o bien de una autogestión que ha calado en el público y que no ha requerido ninguna respiración asistida. Ha penetrado sin intermediarios.

### La más que diversa fauna local

Hace tiempo que siempre repito la misma idea como si fuera un mantra, y creo no equivocarme. Y cada vez menos. Cualquier melómano podría hacerse un menú musical, un buen puñado de *playlists* o un buen listado de álbumes de referencia para disfrutar durante semanas enteras, sin tener que recurrir a músicos de fuera de la Comunitat Valenciana. Cualquier paladar puede encontrar delicias sin rebasar los límites que marcan el Cenia y el Segura, por un lado, o el mar y el río Cabriel, por el otro. Estoy hablando de pop, rock y folk, en cualquiera de sus ramas. De synth pop, de post punk, de post hardcore, de pop con influencias *sixties*, de rock aguerrido, de electrónica, de DJs de cabecera, de hip hop, de trap, de reggaetón,

# CARLOS PÉREZ DE ZIRIZA

Periodista cultural



☑ Concierto de Los Zigarros en Nits de Vivers, 2022. Foto: Rodrigo Márquez

de folk pop... de lo que entendemos como música popular en cualquiera de sus manifestaciones. La mejor etiqueta de la música valenciana es su carencia de etiqueta. Quizás ese debería ser su mejor eslogan, ya que los tópicos no sirven. Esta heterogeneidad parece un milagro. Porque la discontinuidad generacional, los tradicionales obstáculos para que se consoliden carreras a largo plazo, de esas que no sólo sean *hobbies* pasajeros para músicos que deben ganarse la vida con otros trabajos, todavía pesa. Y el diálogo y el enriquecimiento creativo entre artistas de distintas generaciones es complicado.

Quizás fuera tengan una percepción diferente, al menos mediática: es complicado que más del 5% de los mejores discos estatales que seleccionan los principales medios (especializados o generalistas) sean valencianos, cuando nuestro peso demográfico sobrepasa el 10% y tenemos, además, la más que bien ganada fama de tierra de músicos. La mejor media de bandas callejeras por habitante. Es el desequilibrio de siempre. El agravio comparativo que parece ser traducción directa de lo que sufrimos a nivel político. La infrarrepresentación. Aunque 2022 ya ha registrado una tendencia al alza, con discos como los de La Plata, Guitarricadelafuente, Margarita Quebrada o el de Hoke & Louis Amoeba, por ejemplo, y han acercado el porcentaje valenciano a ese nunca alcanzado 10%.

### Un censo inagotable

Pero no hace falta dejar ningún espacio al victimismo cuando el talento brota con naturalidad y abundancia. Y no es un brindis al sol ni un auto satisfecho *leitmotiv*. Sólo es suficiente, sin ánimos de ser demasiado exhaustivos, con escuchar discos como los que han hecho Zoo, La Habitación Roja, Gener, Pep Gimeno "Botifarra", Carles Dénia, Òscar Briz, Doctor Divago, Arthur Caravan, La Plata, Clara Andrés, Senior i el Cor Brutal, Tórtel, Julio Bustamante, Alberto Montero, Les Deeses Mortes, El Corredor Polonés, Betunizer, Júlia, Maronda, Sandra Monfort, Samuel Reina, Guitarricadelafuente, deBigote, Emma Get Wild, Flores, Goa, Ex Fan, Bearoid, Erick Hervé, La Fúmiga, Jimena Amarillo, Santero y Los Muchachos, Mireia Vives i Borja Penalba, Nacho Casado, Verdcel, Cactus, Luis

Prado, Aina Koda, Tesa, Jonatan Penalba, Ciudad Jara, Caballero Reynaldo... el rosario de nombres podría ser eterno, y no quiero abusar de la paciencia del lector ni agotar el espacio que este anuario me ha ofrecido. Ojalá muchos de ellos funcionen como pistas, como banderines de enganche.

Quizá ninguno de ellos disfrute de la añorada repercusión que grupos como Seguridad Social (por cierto, de enhorabuena este año por su 40 aniversario, otro hito inusual), Presuntos Implicados o Revólver obtuvieron en la España de la primera mitad de los noventa. Pero quizás tampoco es necesario, porque el panorama también es ahora muy distinto. Y los canales de comunicación y los filtros por los que llegar al público, también. Y son más.

### En valenciano, castellano inglés o francés

Hace ahora diez años, algunos músicos valencianos se sentían molestos porque mi compañero Xavier Aliaga y yo mismo habíamos firmado un reportaje en el diario El País bajo el título *Eixint a poc a poc del gueto*. Era 2013. Hablábamos de la música hecha en valenciano, claro. Y lo del gueto podía sonar incluso ofensivo. Más allá de dar por sentado que esa no era, ni mucho menos, nuestra intención, cabe decir que ahora mismo sería impensable repetir un titular así. Muy afortunadamente. Porque, aunque en un principio fueron los músicos más teóricamente reivindicativos quienes hicieron de locomotora, la normalización musical de cualquier lengua no puede ser completa hasta que no esté presente en todo tipo de estilos y propuestas. Y hace ya mucho tiempo que el valenciano está prácticamente a un paso, si no lo ha hecho ya, de alcanzarla.

Piensen en cualquier género imaginable y encontrarán artistas utilizando nuestra lengua. Hablar de música en valenciano como una etiqueta estilística es más caduco que nunca. Y cuanto antes lo tenga claro todo el mundo, mejor aún. La funcionalidad del valenciano es, en cualquier caso, una más en un panorama en el que se emplea el castellano, el inglés e incluso el francés o el occitano. Espíritu internacionalista para músicas que, en un mundo hiperconectado, deben estar abiertas al mundo. Sí o sí. La diversidad no es sólo estética, también es lingüística. Y ya sabéis lo que se dice: que no hay ética sin estética.

## La memoria como herramienta

Una última consideración y un deseo para el futuro: que aprovechemos la memoria como herramienta para la preservación y la continuidad del legado musical valenciano. Un aspecto en el que habitualmente no destacamos, precisamente. Pero parece que empezamos a hacerlo. Que aprendemos la lección. Que se fomenta la autoestima. Sólo dos ejemplos, muy distintos estilísticamente, pero en cierto modo, paralelos: la rehabilitación de los aspectos más culturalmente

reivindicables que tuvo la llamada "Ruta Destroy" (del ostracismo a exposiciones en museos, libros, *podcasts* e incluso una muy buena serie de televisión, todo en la última década) y el recuerdo a Nino Bravo en el cincuenta aniversario de su muerte (el libro de Darío de Ledesma y el *podcast* de Arturo Blay, que se suman a la actividad de su museo, abierto desde 2006). Nada más útil que el rescate de los rastros más aprovechables del pasado para construir el futuro. Ese es el camino. Es necesario fortalecer la memoria para que las generaciones más jóvenes también se sientan parte de un relato en común.



☑ Concierto de Tesa en la Fira Trovam, 2022.  
Foto: Claudia Marconell



☑ Actuación de Colomet en los Premis Tresdeu, 2022. Foto: Julio Cebolla

## DE LOS REELS A LOS FESTIVALES: APUNTES SOBRE EL CAMBIANTE CONSUMO MUSICAL

Òscar Piera ●

El consumo musical ha cambiado drásticamente en los últimos años. Ya no es tan común seguir a un grupo en particular para disfrutar de su música, sino que las nuevas tendencias se están centrando en seguir *playlists* o guardar las canciones individuales con más *hype*, desintegrándose cada vez más la fórmula clásica de alucinar por un grupo en concreto.

Las redes sociales y plataformas como Instagram, Spotify y Tiktok están creando nuevos consumos en torno a la música. Y los y las consumidoras ya no sólo escuchan la música, sino que la comparten y la hacen suya a través de las redes.

El valor de posicionar una canción en una *playlist* popular es enorme, ya que esto puede hacer que la canción llegue a mucha más gente de lo que llegaría de una manera tradicional. Los ejemplos aquí han sido JazzWoman o Hoke. Lo mismo ocurre con los audios utilizables en Tiktok o Instagram: una canción puede llegar a ser viral solo porque se utiliza en un vídeo popular.

Además de esto, la música en directo, que sigue siendo una parte fundamental de la industria musical en nuestro país, también ha evolucionado con este nuevo consumo. Los programadores basan sus contrataciones en el número de escuchas,

de seguidores/as, de cuáles o qué *influencers* han utilizado sus canciones o los *reels* que consiguen acumular. Una única canción con millones de reproducciones y un *trend* en Tiktok puede llevar a una banda o cantante a actuar en el festival del verano ante miles de personas, como fueron los casos de Quevedo o Ptzeta.

En conclusión, el negocio musical ha mutado hacia nuevas tendencias y formas de consumo a las que nos tendremos que adaptar. Por un lado, las plataformas están generando nuevas oportunidades para los y las artistas para llegar a un público más amplio. Pero por otro, ante un consumo tan rápido, las bandas deben:

1. Fortalecer sus relaciones públicas, no sólo con otras bandas o cantantes, sino también con creadores/as de contenido, ya que también son compañeros/as en las plataformas. Podríamos poner los ejemplos de Rojuu, Lildami o Auxili;
2. Ser constantes y estar presentes durante todo el año ofreciendo novedades y explicando su día a día a su comunidad. Algunos casos de éxito pueden ser Esther, Kyne o Santa Salut.

● Miembro de la cooperativa Tresdeu

# Toni S. “Panxo”

VOCALISTA  
Y COMPOSITOR DE ZOO



Toni Sánchez Pardines “Panxo” (Orihuela, 1982) es el vocalista y compositor de la banda gandiense Zoo. Comenzó su trayectoria musical en 2009 en el dúo Sophy Zoo, junto a DJ Plan B, además de formar parte del combo musical Orxata Sound System. Tras pasar por el colectivo de rap Ràdio Macramé, fundó Zoo en 2014, donde lanzó el sencillo “Estiu”. El pasado 2021, el grupo de rap electrónico publicó su tercer álbum, *Llepolies*, que los ha aupado a la cima de la música valenciana actual.

Por Víctor López

Concierto de Zoo en el Palau Sant Jordi de Barcelona. Foto: Javier Bragado

**Ahora que ha pasado el grueso de la gira y tras subir los dos puertos de categoría especial en el WiZink Center de Madrid y el Palau Sant Jordi de Barcelona, ¿qué lectura haces de lo que ha vivido el grupo tras la gira de *Llepolies*?**

La banda está en su mejor momento a todos los niveles. Han sido ocho años de crecimiento continuo en los que hemos volcado muchas energías en el proyecto. En este tiempo, además de aprendizaje, ha habido sufrimiento y algo de frustración. Nos gusta mucho lo que hacemos y hemos aprendido a valorarlo más y, también, a ser más profesionales. Como hemos tenido la suerte de que la cosa ha ido muy bien, ahora estamos disfrutándolo.

**Teniendo en cuenta que alcanzar niveles masivos de aceptación popular en el mundo de la música siempre es complicado y depende de factores que escapan al propio músico, ¿qué elementos consideras que sí son imprescindibles en una banda para, al menos, poder optar a esa aceptación por parte del público?**

Hay muchas variables y cada grupo es un mundo. En nuestro caso, sin entrar a juzgar la calidad de las canciones porque eso es subjetivo, hubo mucha ilusión, mucha dedicación y, sobre todo, mucho respeto: entre nosotros a nivel interno y, también, hacia el público y hacia el oficio. Personalmente, creo que a la hora de componer es importante la honestidad artística y pienso que en Zoo hemos cumplido con eso.

**Desde el principio Zoo ha sido un proyecto autogestionado. ¿Por qué tomasteis esa decisión? ¿Cómo la habéis desarrollado y qué consecuencias ha tenido con otros agentes de la industria, quizá acostumbrados a las vías clásicas de gestión?**

Hemos buscado tener la máxima autonomía posible y no depender en exceso de gente o empresas de fuera. Al final, si vas creciendo, necesitas ayuda en la gestión de algunas cosas, pero hemos intentado siempre tener el máximo control posible sobre los procesos que afectan a la banda. Esta es una industria más y a veces hay conflictos de intereses. Intentamos adelantarnos y evitarlos siempre que podemos.

**Aunque los dos primeros trabajos supusieron que Zoo se posicionase entre los favoritos del público valenciano, la explosión del grupo tras el lanzamiento de *Llepolies* conllevó un eco mediático que te ha expuesto más a los medios de comunicación. ¿Aceptas con agrado esta posición como punta de lanza de la actual música valenciana o simplemente lo llevas como algo que cumplir dentro de la faceta promocional de cualquier artista?**

Lo asumo como una parte más del trabajo. Ha habido momentos en los que me he sentido más incómodo o estresado y otros en los que lo he llevado mejor, como ahora. Eso sí, intentamos ser más selectivos con los medios, porque también tenemos nuestras vidas fuera de esto y nos gusta disfrutar de nuestro tiempo.

**¿Vive la escena musical valenciana una buena época o el boom de Zoo o La Fúmiga son excepciones?**

Yo creo que vive un buen momento desde hace muchos años, sobre todo si tenemos en cuenta la situación del idioma en otros ámbitos de la sociedad. Pero es un debate con muchas aristas: además de la cuestión lingüística, está la cuestión estilística y las tendencias musicales o culturales; la cuestión de género y la presencia de las mujeres en los escenarios; la cuestión más relacionada con la industria: agencias de management, sellos discográficos, salas de conciertos, programación y ayudas desde lo público. Da para un debate largo.

**La industria musical de los últimos quince años no se entiende sin el crecimiento exponencial de los festivales. ¿Cómo os han tratado a vosotros desde el comienzo de vuestra trayectoria?**

Pues nos han tratado peor al principio y mejor ahora, cuando suponemos mayor beneficio. Hay festivales y festivales, pero desde una óptica “redistributiva”, la proliferación de festivales, como los que van apareciendo últimamente, no ayuda al conjunto de trabajadores de la industria musical, desde músicos, técnicos, promotores, salas de conciertos, etc. Igual esto es tirarnos piedras a nuestro tejado, pero creo que es la verdad.

## CANCIÓN E INDUSTRIA. UNA DEBILIDAD HISTÓRICA

Josep Vicent ●  
Frechina

La estrategia franquista de retirar la lengua de la vida pública y confinarla al reducto folclórico, encogiendo su contenido simbólico hasta ubicarlo al mismo nivel que el del "traje regional", se vio definitivamente desbaratada por un inesperado movimiento cultural cuyas consecuencias aún se perciben hoy. Nos referimos, obviamente, a la *Nova Cançó*. La irrupción de Raimon, Lluís Miquel i els 4z, Ovidi Montllor y, más tarde, Al Tall, Carraixet, Lluís el Sifoner y Paco Muñoz, entre otros, no sólo supuso una gran inyección de autoestima colectiva e hizo de correa de transmisión de los valores democráticos, progresistas y valencianistas, sino que, además, recuperó para la lengua dos ámbitos de influencia decisiva en la sociedad contemporánea: la cultura popular urbana y los espectáculos de masas. La *Cançó* contribuyó notoriamente a conformar el imaginario colectivo alternativo sobre el que se ha construido buena parte del País Valencià moderno.

Desgraciadamente, aquel impulso tenía los pies de barro: la enorme incidencia pública de la *Cançó* no se tradujo en la consolidación de una industria cultural que garantizara la sostenibilidad que un fenómeno como aquel requería y ninguna de las iniciativas encaminadas en esa dirección -la productora La Taba, el Col·lectiu de Músics, el sello discográfico Ànec- llegó a prosperar.

Hace ya dos décadas que la música en valenciano vive una segunda primavera. Y, a pesar de la repetición de alguna de las frustraciones de antes -hemos visto nacer y desaparecer una serie importante de editoras discográficas: Cambra Records, Comboi Records, Mésdemil- sí parece que la poderosa escena que inauguraba Obrint Pas y que tiene como punta de lanza la popularidad transversal de propuestas como Zoo, Pep "Botifarra" o Dani Miquel, está consiguiendo afianzar algunas estructuras organizativas -oficinas de management, especialmente- que permitirían superar esta vulnerabilidad histórica y propiciar su imprescindible continuidad.



☑ Concierto de Carraixet en el Teatre Principal de València.  
Foto: Palmira Andreu



☑ Concierto de Mafalda en la Fira Trovam, 2021.  
Foto: Claudia Marconell

## LA VISIBILIDAD DE LAS MUJERES EN LA INDUSTRIA MUSICAL VALENCIANA

### Monty Peiró ●

Es innegable que en los últimos años estamos mejorando algunos aspectos relacionados con la visibilidad de las mujeres en la industria musical valenciana. Algunas programaciones –desde luego, no las suficientes– empiezan a apostar por la paridad y desde diferentes espacios se reivindica a mujeres históricas injustamente invisibilizadas y olvidadas frente a la omnipresencia de algunos hombres, que nunca parecen suficientemente homenajeados. No hace falta mirar al pasado: la mayoría de los grupos valencianos que están triunfando actualmente dentro y fuera de nuestras fronteras están formados por hombres que, como mucho, contratan coristas o invitan a su escenario a alguna cantante para compartir con ella una canción. Pero siguen siendo ellos los que forman la banda y los que siguen proyectando una primera línea casi exclusivamente masculina en todos los festivales.

Sobre el escenario existe un techo de cristal y convive, además, con la idea enclavada en el inconsciente colectivo de que los logros que hemos alcanzado son más que suficientes. Que haber escalado hasta la segunda o tercera línea de un cartel es un mérito más que considerable y que lo demás, lo de ser cabezas de cartel, llenar estadios o vivir holgadamente de la música es algo que llegará cuando de verdad lo merezcamos; que si no estamos ahí es porque ninguna propuesta musical liderada por mujeres es lo suficientemente buena o sabe conectar con el público. Que pedir

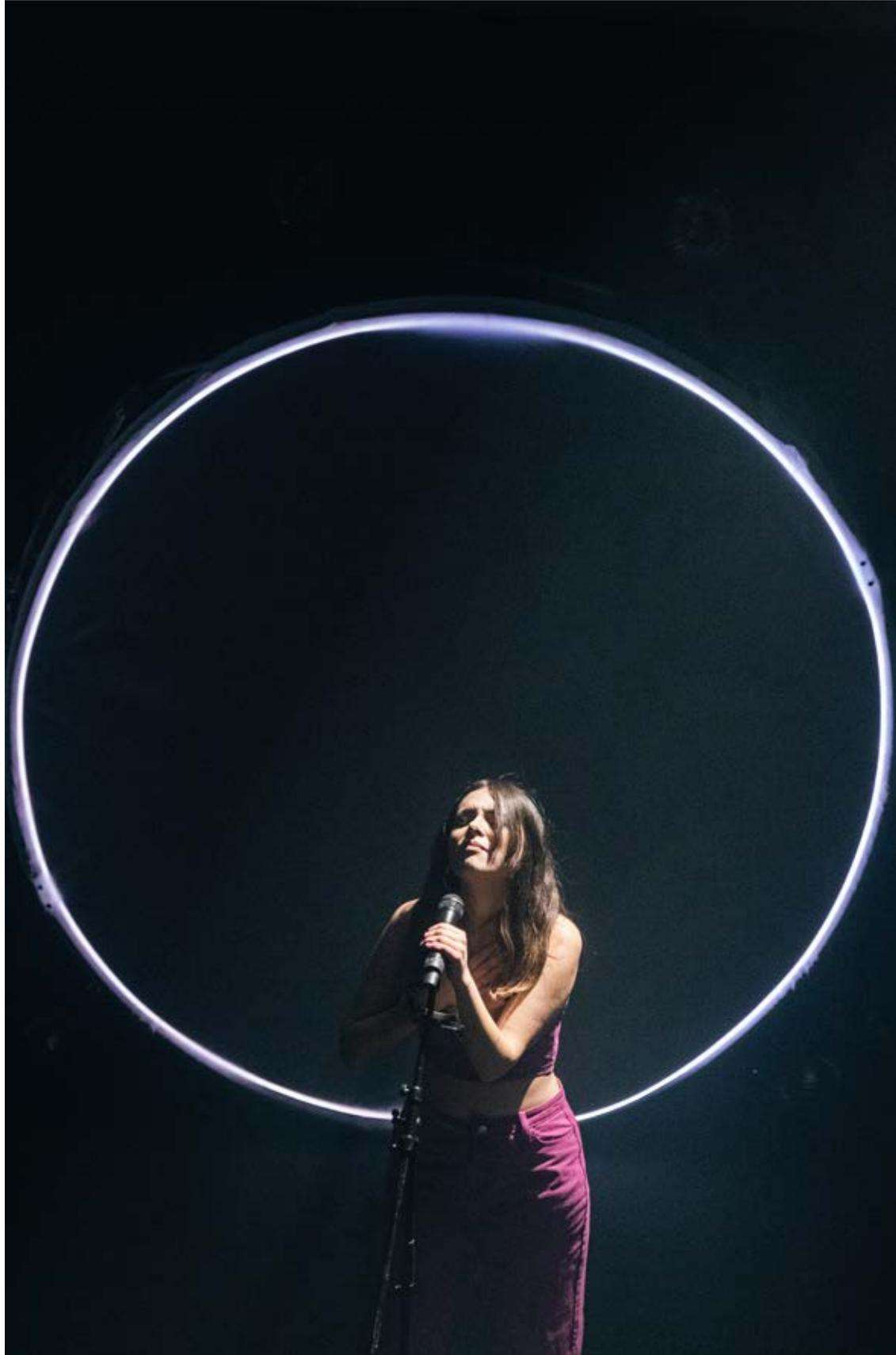
● Música, antropóloga y divulgadora

paridad en los festivales es exagerado, que ni siquiera hay tantas propuestas con mujeres y que forzar algo así es antinatural y discriminatorio para los hombres. Como si no hubiéramos aprendido nada sobre los mecanismos sociales que operan para perpetuar las estructuras patriarcales que alejan a las mujeres de los puestos de poder y que, además, hacen que esto parezca algo natural.

El territorio valenciano es tierra de festivales de todos los estilos y de todos los tipos. Desde pequeñas noches de rock en los pueblos a macroeventos con carteles que reúnen a cientos de grupos, nuestra geografía funciona, a través de los festivales, de escaparate de la escena musical. La eterna pregunta es si dichos festivales describen o prescriben esta escena musical. Todos sabemos que ciertas bandas no habrían conseguido el éxito sin el apoyo masivo de los festivales que, a base de programarlas, las presentan al público e influyen en él. Algunos festivales arguyen que solo contratan lo que el público demanda y que su responsabilidad no es programar a más mujeres ni luchar por un mundo más inclusivo, sino vender entradas, en un ejercicio de absoluta irresponsabilidad como programadores y agentes culturales que hace que la rueda siga girando con la misma inercia de siempre. Además, muchos de estos festivales cuentan con apoyo institucional y lucen en sus carteles logotipos de entidades públicas, lo que refuerza la idea de que es completamente aceptable que un evento musical presente ochenta propuestas entre las que, en total, podemos contar a tres mujeres. Si ni los programadores ni las entidades públicas empiezan a asumir su capacidad de agencia en el cambio de paradigma, se convierten en contrafuertes de un muro imposible de derribar por las de abajo, por mucho que lo empujemos. Decía la antropóloga francesa Germaine Tillion que “decir la verdad no es suficiente, además hay que decir lo correcto”. En este caso, la verdad es que faltan mujeres en los carteles, y lo correcto es que hay que programarlas. O, por lo menos, no apoyar a quien no lo hace y evitar así contribuir a normalizar lo que en modo alguno debería ser normal.

En otros ámbitos de la industria musical, el escenario no es mucho mejor. Si bien cada vez hay más productoras, técnicas, managers, programadoras, fotógrafas, etc., estudios como el realizado por la asociación MIM (Mujeres de la Industria de la Música) a nivel nacional arrojan datos muy claros: las mujeres están más precarizadas, tienen menos acceso a determinados puestos y se ven con más problemas para conciliar.

Es evidente que nos falta hacer análisis rigurosos de un problema tan complejo. Entender en profundidad las raíces de la discriminación de las mujeres en la música necesita de narrativas profundas que desentrañen las estructuras que la facilitan. Visibilizar mujeres, reivindicarlas y programarlas es necesario, pero no deja de ser ponerle parches a un sistema que, por su propia naturaleza, continúa excluyéndonos de muchas formas y siempre encuentra la manera de resistir o incluso de cooptar las reivindicaciones feministas y neutralizarlas, convirtiéndolas en eslóganes vacíos sin ninguna trascendencia real en la vida de las mujeres trabajadoras de la música. La solución debe ser más radical y transformadora, y eso requiere de un trabajo arduo que pasa por derribar la industria musical tal y como la conocemos y reconstruirla con nuevos cimientos que permitan a las mujeres formar parte de ella no como invitadas a las que se hace un hueco en un lugar que no les pertenece, sino como legítimas dueñas del espacio. Y todo esto debe servir también para repensar una industria que tiene muchas otras problemáticas derivadas de su inserción en un modelo que favorece el consumo de cultura en formatos masivos que enriquecen a muy pocos y precarizan a todo un sector y que, además, convierte la música en un objeto de consumo sin más valor que el entretenimiento y su capacidad para ser monetizado.



Concierto de Esther en el ciclo Les Arts és Músiques Valencianes. Palau de les Arts, València, 2023. Foto: Julio Cebolla

## AVANZA EL ESTATUTO DEL ARTISTA

Guillem Arnedo ●

Tras meses de negociaciones y reuniones con los ministerios implicados en la Comisión Interministerial para el Estatuto del Artista, donde la Unión de Músicos ha participado muy activamente en representación de los músicos, se han aprobado tres medidas cruciales para los músicos y artistas: I) la compatibilidad del trabajo artístico por cuenta propia y ajena con la jubilación; II) la prestación contributiva por desempleo específico para artistas y profesionales sujetos a la relación laboral especial del RD1435/1985; y III) una cotización especial para artistas autónomos con bajos ingresos.

Además, se crean dos comisiones de trabajo para intensificar las negociaciones del Estatuto del Artista en los campos de la Seguridad Social y las enfermedades profesionales.

En el ámbito fiscal, se aprueban reducciones en la retención del IRPF tanto para autónomos (del 15% al 7% si se cumplen unos requisitos) como para trabajadores por cuenta ajena sujetos al RD1435/1985 (del 15% al 2%), y se crea un nuevo epígrafe, el 034, para compositores, letristas, adaptadores y arreglistas.

Desde la Unión de Músicos resaltamos la importancia que tienen estas medidas para nuestro colectivo, que se suman a las ya aprobadas en el RDL5/2022 de marzo (creación del contrato artístico de duración determinada, inclusión del personal técnico y auxiliar en el RD1345/1985 y reforma del 1435/1985), ya que suponen una mejora significativa en la lucha contra la precariedad del sector, establecen los fundamentos de la especificidad del trabajo artístico y abren la posibilidad a ser adaptadas, mejoradas y complementadas en el futuro. Hay que agradecer y reconocemos el esfuerzo de los ministerios implicados en las reformas para atender la especificidad de los artistas.

Ahora es el momento de aprovechar el impulso de las negociaciones para conseguir la completa implementación del Estatuto del Artista antes de que acabe la legislatura y, en concreto, las mejoras necesarias para los artistas y trabajadores autónomos de la cultura.



Presidente de la Associació de Músics de Jazz i Música Moderna de Catalunya (AMJM) y de la Unión de Músicos

# Jorge Martí

COMPOSITOR, VOCALISTA Y GUITARRISTA DE LA HABITACIÓN ROJA



Jorge Martí (València, 1972) es compositor, vocalista y guitarrista del grupo La Habitación Roja desde su fundación, en 1995. Tras trece álbumes publicados a lo largo de casi treinta años, los de L'Elia son el grupo valenciano canónico de la música independiente y una de las formaciones de pop más relevantes en todo el país. En 2022, el cantante publicó el libro *Canción de amor definitiva: la vida, como un disco, tiene dos caras*, una autobiografía desmitificadora del relato romántico que envuelve al rock 'n' roll.

Por Víctor López

☑ Jorge Martí. Foto: Jordi Santos

## ¿Cómo era la escena musical valenciana en vuestros inicios a mitad de los 90?

Fue una escena bastante heterogénea, aunque supongo que poco vertebrada. Una época de cambio de tercio respecto a la década anterior. Mi impresión era que algo estaba sucediendo y había un montón de artistas cuya intención era dedicarse a la música, por encima de todo. Aunque tal vez eso es lo que sienta cada generación cuando empieza su andadura en la música. Había talento, variedad y gente que quería hacer de la música su forma de vida y entregarse a ésta. Si hago memoria, me doy cuenta de que los grupos que ganamos el *Circuit Rock* del IVAJ por aquellos años o de los grupos finalistas de aquellas ediciones a mediados de los 90, todavía hoy la mayoría se dedican a la música o a cosas relacionadas con la música. Vamos, que, aunque éramos muy jóvenes, estábamos en esto porque era a lo que nos queríamos dedicar. Ahí están Chema Fuertes, Cayo Bellveser y Jorge Tórtel, ex Ciudadano, haciendo cosas de primerísimo nivel, al igual que Luis Prado, Paco Tamarit y Luis Climent de The Flauters, luego Señor Mostaza, por poner algunos ejemplos. También nosotros seguimos en la música con trece álbumes publicados y ya inmersos en la composición del que hará catorce. Otros se han dedicado a la gestión musical (Jesús Polar), o incluso a otras disciplinas artísticas como el gran César Tormo, de Los Magnéticos, director de cine y actor de muchísimo talento.

**La segunda mitad de los años noventa y primeros dos mil fue el momento de cambio en la industria a nivel mundial, tanto por la aparición del formato digital y la caída de ventas de discos, como por el desarrollo de la industria de festivales. ¿Cómo vivisteis aquella transformación?**

Pues sí, fue una época de grandes cambios en la música y los vivimos de primera mano, lo cual supongo que nos ha dotado de una amplitud de miras y una experiencia que nos ha servido para sobrevivir a caballo entre dos épocas tan diferentes. Ambas tienen sus cosas buenas y sus cosas no tan buenas, así que nosotros hemos intentado aprender de ambas y adaptarnos al presente en cada momento sin renunciar a nuestra identidad.

Recuerdo que hicimos el primer disco en formato mp3 de la historia en España, o eso nos dijeron. Un EP de cuatro canciones que te podías descargar de una web, ya extinta, llamada ritmic.com. También te podías descargar la portada. El EP se llamó *Metropol* y aparecíamos en la puerta del cine con el mismo nombre en la ciudad de València. Nos adaptamos a las nuevas "reglas" que marcaba la era digital, desarrollamos las redes sociales y el contacto con los seguidores, tuvimos la suerte de ser reclamados en la mayoría de los festivales que surgieron en aquella época, algunos de los cuales son ahora verdaderos clásicos y que afortunadamente siguen contando con nosotros con bastante asiduidad. Destacaría cómo se ha profesionalizado todo. Antes era más *amateur* y dependía de la voluntad de bandas, promotores y público. Ahora hay una verdadera industria alrededor de los festivales. Me gustaba de aquella época el espíritu y la fe con que se hacían las cosas. Me daba la sensación de que primaba la música por encima del negocio y ahora ya no es tan romántico.

**Si hay un grupo en el territorio valenciano que conoce la constancia sois vosotros. Desde que aparecéis, hasta que llegáis a ser cabeza de cartel en festivales de toda España, se suceden varios discos y años de trabajo. ¿Hubo un momento de explosión mediática o de popularidad masiva que os situó en ese punto o fue un proceso?**

En nuestro caso no ha habido ningún punto de inflexión que podamos considerar como decisivo. Tal vez con algunos discos hemos tenido mayor exposición mediática (*Nuevos Tiempos* en 2005, *Fue Eléctrico* en 2012) y eso ha provocado que subiéramos algún peldaño en cuanto a popularidad, pero creo que lo nuestro ha sido más bien un proceso paulatino, a fuego lento, a base de desarrollar nuestro talento y canciones, pero de la mano del tiempo, la paciencia, la constancia y la regularidad. Siempre hemos tenido la sensación de que cualquier cosa podía pasar, de que todo era posible, y al menos a nivel artístico hemos tenido la fe de que lo mejor siempre está por llegar. Ese es el palpito que nos producen las nuevas canciones que estamos grabando ahora mismo. Eso es algo muy difícil de mantener en el tiempo.



Y esa resistencia, esa resiliencia, han sido factores prácticamente inherentes a La Habitación Roja. Virtudes al fin y al cabo que nos han servido para sobrevivir a las adversidades de las partes más oscuras del negocio de la música.

**Sois el grupo canónico del indie valenciano y mantenéis el grado de popularidad desde hace décadas. Aunque la industria musical valenciana ha crecido en los últimos años, el centro neurálgico del negocio sigue siendo Madrid para quienes empezaron su carrera hace décadas. ¿Os ha repercutido de algún modo este desarrollo de la industria musical valenciana?**

Pues la verdad es que no lo tengo muy claro. Supongo que en alguna ocasión nos habrá ayudado el ser valencianos para que cuenten con nosotros en eventos, fiestas y festivales que se realizan en la Comunitat Valenciana. Pero, curiosamente, tras 28 años de carrera, en 2023 ha sido la primera vez que se nos ha contratado para los conciertos de Fallas organizados por el Ayuntamiento de València. A nivel internacional, hemos visitado México una docena de veces y también Chile y Argentina, pero nunca hemos tenido apoyos de ningún tipo de las instituciones valencianas. Eso es algo que siempre nos ha chocado, la verdad. Compartimos oficina con Dorian, que son catalanes, y ellos siempre tienen ayudas para sus giras latinoamericanas. Tampoco se nos ha considerado merecedores de ningún premio de la música valenciana tras 28 años de carrera, aunque hemos ganados varios muy relevantes a nivel nacional, incluso en México. Eso también nos ha parecido a veces chocante, pero bueno, así es la vida. A veces los tópicos se cumplen y cuesta ser profeta en tu tierra. Sin duda, el mérito de LHR es haber mantenido su relevancia a lo largo de los años de una manera independiente y le debemos todo a nuestro público que, sin ser masivo, sigue siendo fiel. Hemos visto aparecer y desaparecer a muchas bandas y aquí seguimos, con la ilusión intacta y grabando ahora mismo un disco que tiene muy buena pinta y casi a las puertas de celebrar en 2025 nuestro 30 aniversario como banda.

**Por último, ¿cómo veis la escena musical valenciana de los últimos años en lo que respecta al crecimiento de nuevos festivales y la aparición de bandas locales con capacidad para llegar al público nacional?**

Pues la vemos bastante pujante, intentando abrirse camino, como siempre lo ha hecho, y tratando de salvar el hándicap que a veces supone no estar en Madrid o Barcelona; con festivales muy consolidados y otros en vías de hacerlo; bandas que se van labrando una carrera a base de buenas canciones, actitud y clase como La Plata, Margarita Quebrada o Santero y Los Muchachos y que son muy interesantes; más mujeres y grupos femeninos como Jimena Amarillo, Lisasinson o Júlía, que están muy bien y siempre es motivo de celebración; y con grupos que cantan en valenciano, como Zoo o Smoking Souls, que son muy buenos y tienen un éxito tremendo, lo cual también es motivo de alegría.



☑ Concierto de La Plata en el Festival de Rock d'Alaquàs (FRA), 2019.  
Foto: Rubén Salcedo

## UNDERGROUND VALENCIANO: TALENTO, HIPERACTIVIDAD Y RIESGO

Marta Moreira ●

El término *underground* hace referencia a una forma de habitar el hecho musical que prima la autogestión y las relaciones horizontales. Responde a una decisión deliberada de componer, producir, publicar, promocionarse y enfocar los directos al margen de los circuitos convencionales, o por lo menos minimizando el contacto con ellos.

Estos criterios no condenan necesariamente a un grupo al anonimato. El entramado *underground* está formado por una tupida red de pequeñas discográficas, distribuidoras, salas de conciertos y centros autogestionados muy bien conectados entre sí tanto a nivel nacional como internacional. Un grupo español que nunca ha sonado en Radio 3 puede tener estatus de grupo de culto en el circuito *underground* europeo. Del mismo modo, tenemos el ejemplo de formaciones gestadas en casas okupas, como Obrint Pas o Skaparapid, que crecieron de forma orgánica hasta convertirse en fenómenos de masas.

La casuística es enorme y no obedece a normas fijas, sobre todo desde la aparición de las redes sociales y las plataformas de *streaming* -en especial Bandcamp-, que ha modificado notablemente las expectativas de los grupos vinculados a la esfera *underground*.

Desde que existen herramientas potentes y gratuitas con las que darse a conocer entre públicos de nicho, este tipo de escenas ya no son tan subterráneas ni misteriosas. Como contrapartida, su influencia artística sobre las bandas que sí están insertadas en la industria musical oficial es mayor. En la Comunitat Valenciana -especialmente en el área metropolitana de València-, los circuitos *underground* eran ya un hervidero de ideas y grupos en los años ochenta. Actualmente, la escena valenciana es muy admirada a nivel nacional y, además, proyecta una imagen bastante definida: hiperproductiva, arriesgada, excéntrica y especialmente dotada para los sonidos oscuros.

¿Qué se puede hacer desde el ámbito institucional para ayudar al sostenimiento de un ecosistema tan particular? En principio, los concursos de rock, la presencia en grandes festivales o los *rosters* de talento emergente patrocinados por marcas no tienen mucha razón de ser en este contexto. Quizás sí podrían jugar un papel importante las subvenciones públicas, no tanto dirigidas a la promoción directa de grupos como al mantenimiento de los espacios icónicos y "fuera del radar" que hacen posible que estos fenómenos subculturales arraiguen. "Dejar existir" es la mejor manera de acompañar.



## LA MÚSICA Y SUS SOPORTES

Juan Vitoria ●

A pesar de que la idea del regreso del formato original en la música pudo parecer algo testimonial, el vinilo como soporte preferido de las nuevas generaciones ha descolocado a la industria, que inventó el CD para abaratar costes y generar unos dividendos muy superiores a los que se estaban produciendo en la década de los noventa. El porcentaje de ventas en la industria musical ha ido variando constantemente en los últimos años. Incluso, es anecdótico el intento del regreso del casete como una parte *vintage* del fenómeno. Sin embargo, lo que ya está totalmente contrastado es que la mayoría de los grupos nuevos utiliza el LP como vehículo de expresión, ya sea de forma autoproducida o a través de sellos discográficos que apuesten por ello.

Si entramos en las distribuidoras y sellos discográficos, es de resaltar la fusión de las grandes empresas en tres agrupaciones madre: Warner, que se distribuye en Europa a través de Francia y que sigue acogiendo a entidades más pequeñas (DRO, Reprise, BMG, Nonesuch, etc.); Universal (con todo el poder del grupo Polygram, a pesar de sufrir un fuerte revés con el Brexit); y Sony, que sigue poseyendo gran parte del catálogo histórico de Columbia o Mute. También se han agrupado independientes en forma de distribuidoras de compañías supuestamente pequeñas, aunque algunas de ellas ya se han convertido en omnipresentes, como son los casos de XL, Matador, Beggars Banquet o 4AD. En esta agrupación cabe destacar a Popstock, Altafonte y Gran Sol. Esta última aglutina las nuevas propuestas discográficas españolas.

El futuro ya no es tan incierto. Es evidente que la explosión del vinilo ha generado ilusión a pesar de que los precios se están disparando y se prevé una pequeña caída, que acabará estabilizándose en un tiempo más o menos prudencial. Por otro lado, hay que contar que la resistencia de los consumidores de CD sigue equilibrada y más de uno piensa que este formato cohabitará siempre con el fulgor del vinilo, probablemente porque juega con unos precios más asequibles de cara al público.

En realidad, nos podríamos imaginar varios modelos de consumo en un tiempo tumultuoso que, pese a la industria y sus tejemanejes, mantendrá a los creadores de música como los verdaderos estandartes de la cultura sónica.



☑ Imagen de archivo de la tienda Discos Amsterdam de València.  
Foto: Discos Amsterdam

# Sole Giménez

CANTANTE Y COMPOSITORA



Sole Giménez (París, 1963) ha cumplido cuarenta años de trayectoria artística sobre los escenarios en 2023. Es una de las artistas más prestigiosas de la música española desde que alcanzara la popularidad masiva, en la segunda mitad de los años ochenta, como vocalista y compositora de Presuntos Implicados. En 2003 registró su primer disco como solista, donde incluyó versiones de clásicos, y en 2008, dos años después de abandonar el grupo valenciano, lanzó definitivamente su carrera en solitario.

Por Víctor López

☑ Sole Giménez. Foto: Víctor Cucart

**Tras 40 años sobre los escenarios y siendo una de las artistas más relevantes de la música valenciana. ¿Cómo valoras tu trayectoria musical?**

Solo puedo valorarla en positivo. Llegar a cumplir cuarenta años en la música me demuestra que he tenido la capacidad de gestión y el esfuerzo necesario para ello. Me siento orgullosa por todo el trabajo realizado. Y hasta ahora, con sus subidas y bajadas, creo que ha sido una buena trayectoria.

**Has vivido la evolución de la industria musical desde los tiempos de las grandes ventas de discos a finales de los 80 y los 90, hasta la desaparición del formato físico y la reconversión del directo como gran vía de financiación para los músicos. ¿Qué valoración haces de este cambio estructural?**

Empecé cuando solo había vinilos y cassetes, pasé por el cedé y por la desaparición del formato físico hasta la llegada de lo digital. Fue un debacle porque también desapareció una forma de negocio. Ahora apenas puedes contar con las ventas de tu música. Hubo que adaptarse, pero lo considero injusto porque hay un enorme trabajo detrás de cada disco, y ahora lanzar nueva música se ha convertido en una mera carta de presentación y poco más. En fin, los tiempos cambian y hay que adaptarse y mirar hacia adelante.

**En 2006 empezaste tu carrera en solitario, justo en un momento de crisis de la industria por la caída de ventas de discos. ¿Cómo recuerdas el paso de pertenecer a un grupo a ser solista? ¿Cuáles fueron las decisiones estratégicas para lanzar tu carrera en solitario?**

Nunca he tenido una estrategia. Me he dedicado a hacer canciones y discos con proyectos interesantes. Cuando dejé Presuntos Implicados el cambio fue radical. Al principio ni siquiera tuve claro seguir en la música, pero una vez decidida, empecé a tomar las riendas de mi carrera sin más estrategia que dar vida a un nuevo repertorio y hacerlo de la mejor manera posible, con un presupuesto siempre exiguo. He tenido la suerte de encontrar a músicos excelentes que entendieron mi idea de hacer música y me han ayudado a continuar.

**Eres uno de los escasos ejemplos valencianos de mantenimiento de trayectoria en primera línea musical desde los años 80, quizá junto a José Manuel Casañ y Carlos Goñi. ¿Cuáles son las claves artísticas para manejar una carrera sólida durante décadas?**

La clave es hacer la mejor música posible. Si tu trabajo no te convence, mejor que no lo des a conocer. Siempre he querido hacer proyectos consecuentes con una manera de entender no sólo la música, sino la vida. Tengo que reconocer que soy la única mujer que está cumpliendo estos cuarenta años de carrera en la Comunitat Valenciana, y tampoco existen muchas más a nivel nacional. Imagino que el esfuerzo, la capacidad de trabajo, además de acoplarse a cómo vienen las cosas y saber aguantar son la explicación.

**¿Cómo valoras la actual industria musical valenciana en comparación con otros territorios como Madrid, donde históricamente se ha aglutinado el sector?**

La verdad es que tengo poco contacto con la industria valenciana, a excepción de mis músicos y mi productor Vicente Sabater, que son todos valencianos, pero no sé si formamos parte de esa industria. Sí que veo que el grueso sigue estando en Madrid. Yo me veo abocada a trabajar con una discográfica de allí para la distribución y con una oficina de management de la capital. Lamentablemente, creo que los últimos años esta dependencia ha crecido, porque cuando comencé la centralización era grande, pero ahora si quieres llegar a todo el país o a América, todo pasa por Madrid.

**Has participado en diversos concursos televisivos con nuevos talentos. Teniendo en cuenta los enormes cambios producidos en las últimas décadas, ¿cuáles son las claves para que los artistas jóvenes emerjan en un panorama actual tan saturado?**

En la actualidad, es muy complicado darse a conocer en el mundo de la música. En estos programas he visto a gente talentosa y veo sus dificultades, algo que me apena, porque tampoco sé cómo ayudarles. Y sí, está el tema de las redes sociales e internet, que pueden acercarte al público, pero no creo que sea un proceso inmediato ni automático. Supongo que hay que tener ese plus de suerte que no sé cómo llega.

## Renovar y transformar a través del diálogo, la planificación y la inversión

### El Institut Valencià de Cultura (IVC) ante el reto de la consolidación de una industria musical valenciana

“La renovación es reversible; “la transformación, permanente”. El 17 de diciembre de 2021, Feliu Ventura decía estas palabras en el Teatro Principal de València. La noche era propicia, ya que Feliu actuaba por fin en un concierto en solitario en el corazón cultural del *Cap i Casal*, rodeado de amigos y grabando un disco en directo, pero esta frase nos interpelaba de manera directa.

La renovación resulta evidente: desde 2016 -año en el que nace el IVC como tal- el ente público autonómico ha aumentado su actividad de manera exponencial ya que ha disfrutado también de un gran incremento presupuestario y ha pasado de los 20 millones de euros de CulturArts Generalitat en el 2015 a los 56 millones de este 2023.

Pero la pregunta estaba lanzada: ¿Habíamos conseguido la transformación? ¿Los cambios que ha experimentado nuestro sector son permanentes o un cambio de vientos se los llevará?

Este artículo pretende contestar a algunas de estas cuestiones, ofrecer datos objetivos sobre el impacto de las acciones que se han implementado desde Cultura de la Generalitat a través del Institut Valencià de Cultura y detectar los primeros indicios de transformación en el sector.

### La renovación más evidente: la producción

Las actividades más visibles son siempre los conciertos y los festivales. Con ellos, conectamos directamente con el público y los artistas, y su producción ocupa buena parte de nuestros esfuerzos. Desde los departamentos de producción se organizan los 7 festivales propios y los conciertos y actividades unitarias que se extienden durante todo el año y que pueden superar el centenar.

Entre 2015 y 2023, hemos multiplicado por tres el número de conciertos producidos y por cuatro el presupuesto de producción.

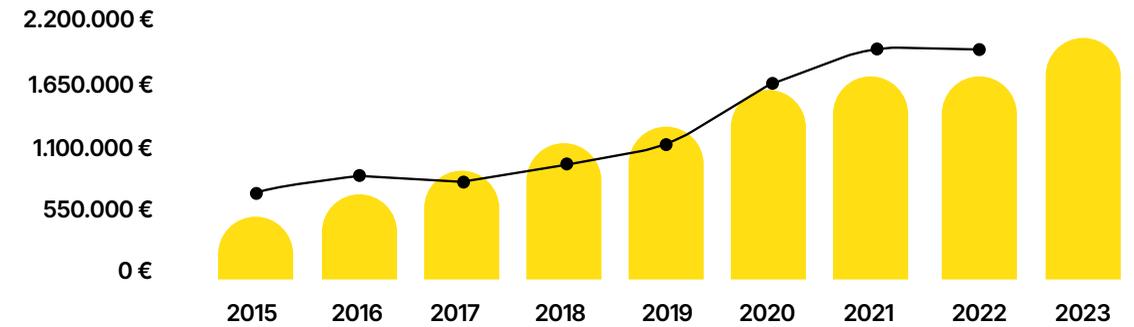
# MARGA LANDETE

Directora adjunta de Música y Cultura Popular Valenciana del Institut Valencià de Cultura



Concierto de FelIU Ventura en el Teatre Principal de València. Foto: Xepo W.S.

**EVOLUCIÓN DEL PRESUPUESTO TOTAL DE PRODUCCIÓN DE LA DIRECCIÓN ADJUNTA DE MÚSICA Y CULTURA POPULAR VALENCIANA DEL INSTITUT VALENCIÀ DE CULTURA (PERÍODO 2015-2023)**



● CONCIERTOS    ■ PRESUPUESTO EN PRODUCCIÓN  
 ○ FUENTE: Institut Valencià de Cultura

Pero el cambio no ha sido sólo numérico. La Dirección Adjunta de Música y Cultura Popular Valenciana ya organizaba hace ocho años festivales bien consolidados, algunos de ellos con décadas de existencia como Ensem's o el Festival de Música Antigua y Barroca de Peñíscola. Se detectó, sin embargo, que ni la música de raíz tradicional, ni la canción de autor ni las músicas populares amplificadas (pop, rock y derivados) tenían presencia apenas en las programaciones de la casa, por lo que se decidió crear y/o participar en la producción del Festival Polirítmia, del Festival Música i Lletra de Xàtiva y del Circuito Sonora de la Música Valenciana.

También se han implementado de manera transversal en todos nuestros festivales ventanas de presentación de propuestas musicales y hemos empoderado a las direcciones artísticas de los festivales, no interviniendo en el diseño de las programaciones. Sólo les damos tres premisas: deben velar por los artistas valencianos, las mujeres y el valenciano.

Asimismo, desde 2016, el IVC ha abierto sus puertas a artistas que habían sido vetados durante años o que ni se habían planteado actuar para una institución pública. Hemos dedicado la programación de música en el Principal de València, por ejemplo, a proyectos muy especiales y muy bien elaborados que nos permiten ofrecer experiencias únicas al público sin entrar en competencia con los conciertos

organizados en la ciudad por los promotores privados. En Castelló se ha multiplicado la oferta musical en diversidad y en calidad. Y la música -sobre todo las variantes del pop, rock y canción de autor- también ha entrado en el Teatro Arniches de Alicante.

Así mismo, se han mejorado las condiciones de trabajo de técnicos y artistas dentro de las producciones del IVC y se ha producido un incremento del caché medio por grupo que ha pasado de rondar los 3.000 euros por concierto en 2019, a superar los 4.000 en 2023.

**Renovación en la relación con el sector. El diálogo**

Desde 2016, el sector profesional musical valenciano ha incrementado el diálogo de forma exponencial, no sólo con la administración, sino entre sus actores. Se ha pasado de tratar los problemas individualmente a tratarlos transversalmente, contando con la colaboración de los representantes de la escena musical.

El diálogo ha sido una herramienta fundamental que nos ha ayudado a diseñar y planificar estrategias para la industrialización y consolidación del tejido creativo. Todo este proceso se ha llevado a cabo



☑ Concierto de Smoking Souls en el Circuit Sonora.  
Foto: Clàudia Marconell

a través de la Mesa de la Cultura Valenciana, que se conformó en mayo de 2017 y que se ha ido fortaleciendo con el crecimiento y proliferación de las asociaciones y federaciones.

Con la sección profesional de la Mesa hemos trabajado sobre todo en el rediseño de las ayudas de música que se llevó a cabo en 2020 y en su actualización de 2023.

En colaboración con el sector también hemos desarrollado importantes acciones enfocadas a la difusión e internacionalización de nuestros artistas que se han visto culminadas en la creación en 2023 de la Valencian Music Office.

### Renovación en la planificación. Ayudas, formación, difusión e internacionalización

El diálogo continuado con todos los actores de

la cadena de valor de la música valenciana nos ha conducido a tomar decisiones beneficiosas para el sector en general.

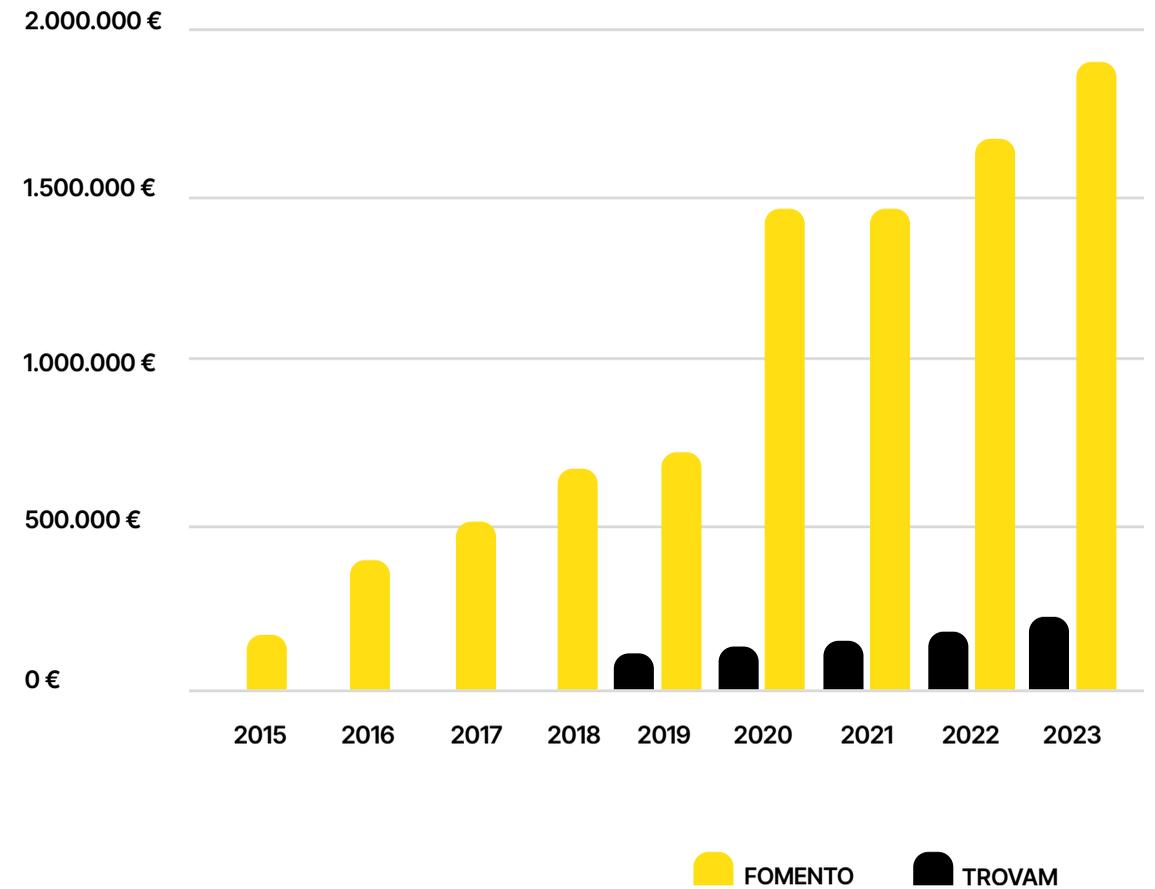
Además, los planes *Fes Cultura* y *Cultura per a la recuperació* han sido una hoja de ruta que ha guiado las políticas culturales de los últimos años.

### Ayudas

La D.A. de Música y Cultura Popular Valenciana ha trabajado mano a mano con el departamento de ayudas del IVC y con el sector profesional a través de la Mesa de la Cultura Valenciana para rediseñar las ayudas que ya existían y que no se habían tocado en toda una década. De la mano del sector, se han introducido nuevas modalidades de ayudas, como las dirigidas a los compositores y compositoras o a la programación en salas, que resultaron providenciales durante la pandemia.

La multiplicación por 8,5 respecto a 2015 en las ayudas al sector profesional ha supuesto un incremento de solicitudes, batiéndose el récord en 2021 de 672.

EVOLUCIÓN DE LA INVERSIÓN DEL INSTITUT VALENCIÀ DE CULTURA EN AYUDAS AL SECTOR PROFESIONAL DE LA MÚSICA (PERÍODO 2015-2023)



○ FUENTE: Institut Valencià de Cultura

La multiplicación por 8,5 respecto a 2015, de las ayudas del sector profesional ha supuesto un incremento de solicitudes, batiéndose el récord en 2021 de 672

## Fira Valenciana de la Música Trovam

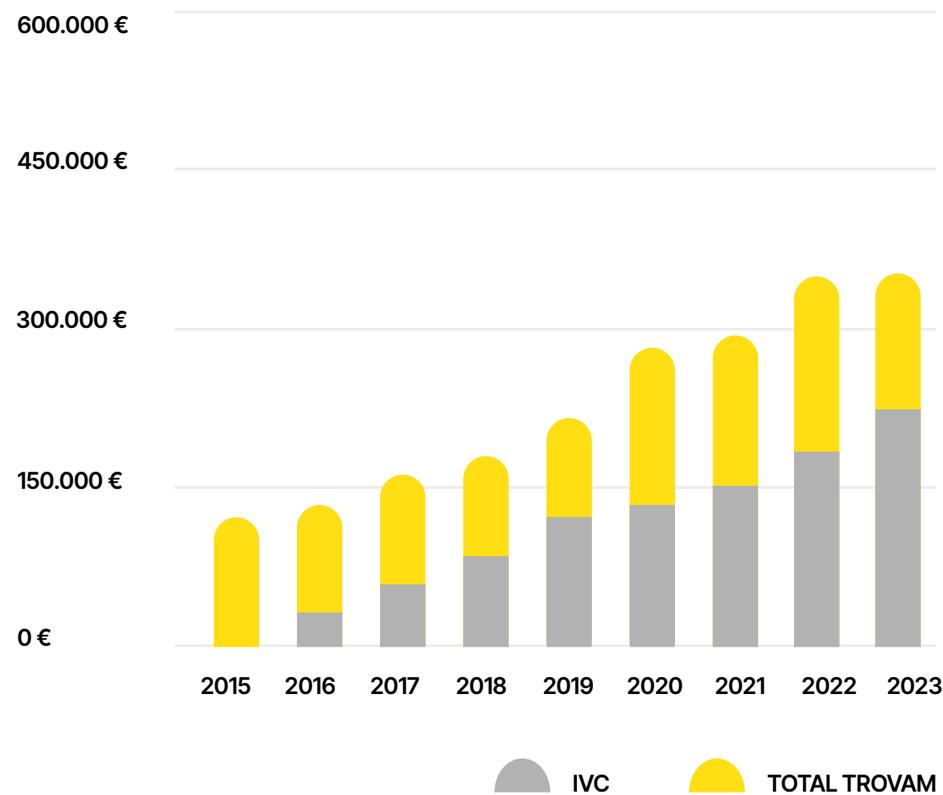
La Fira Valenciana de la Música Trovam nació por iniciativa del VAM (Valencian Music Association). Ha sido un vector de profesionalización y articulación del sector musical valenciano.

La implicación creciente desde 2016 de Cultura de la Generalitat en la Fira ha sido fundamental para su consolidación como gran cita del sector profesional valenciano.

Dentro del entorno del Trovam se han consolidado las asociaciones existentes, han surgido nuevas y se ha creado la FEVIM (Federació Valenciana de la Indústria Musical), que se ha convertido en una plataforma de *networking* donde los nuevos profesionales del sector pueden darse a conocer y conocer a los colegas ya establecidos y pueden acceder con facilidad a programadores para sus proyectos.

Pero, sobre todo, el Trovam ha supuesto un entorno donde el sector ha tomado conciencia de sí mismo, en un contexto donde la frontera entre lo amateur y lo profesional está muy difusa.

### EVOLUCIÓN DE LA INVERSIÓN DEL INSTITUT VALENCIÀ DE CULTURA EN LA FIRA VALENCIANA DE LA MÚSICA (TROVAM!) (PERÍODO 2015-2023)



○ FUENTE: Institut Valencià de Cultura



☑ Concierto de Neus Ferri en la Fira Trovam, 2022.  
Foto: Claudia Marconell

## Formación

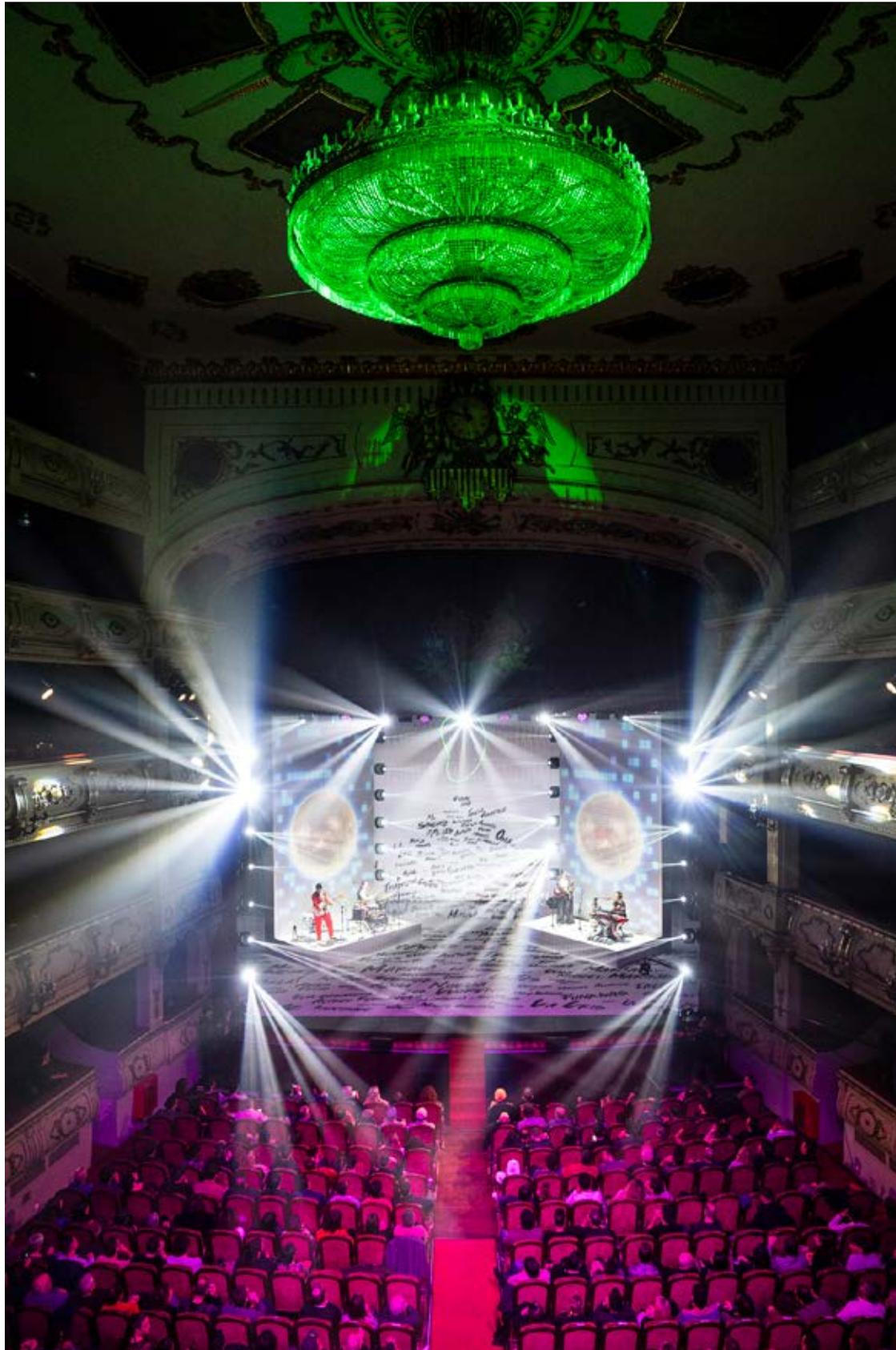
En 2017 detectamos que los procesos de digitalización y el entorno extremadamente cambiante hacían necesaria una formación continuada y actualizada de los actores del sector. El *Curso Básico de Negocio Musical*, dirigido al sector profesional o a personas con el deseo de profesionalizarse, ha sido la acción formativa que más impacto ha tenido en número de personas matriculadas, sesiones y territorialización.

Desde 2018, más de 460 personas se han matriculado en el *Curso Básico de Negocio Musical*, con un incremento progresivo en el número de mujeres inscritas, que pasaron de ser un 25% de las personas matriculadas en 2018 al 54,5% en 2023.

## Difusión e internacionalización

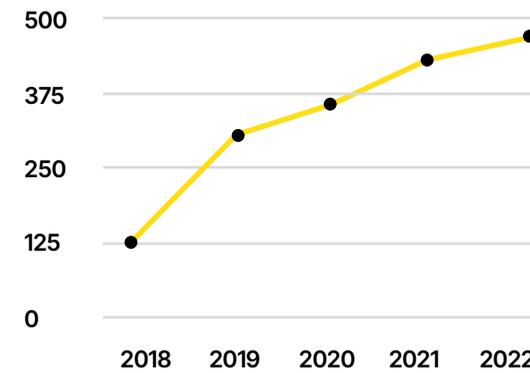
Los Premis Carles Santos se crearon con el objetivo de dar a conocer y poner en valor a los y las creadoras valencianas y después de 5 ediciones podemos afirmar que están plenamente consolidados. La expectación y el número de candidaturas presentadas ha ido elevándose progresivamente, de igual manera que su repercusión en audiencia y en redes.

La introducción de miembros del jurado provenientes del periodismo cultural, la programación de salas y festivales o artistas de otras Comunidades Autónomas, ha contribuido a difundir aún más el trabajo de nuestros creadores y creadoras.



☑ Premis Carles Santos de la Música Valenciana, 2022. Foto: Xepo W.S.

**EVOLUCIÓN DE CANDIDATURAS PRESENTADAS A LOS PREMIS CARLES SANTOS DE LA MÚSICA VALENCIANA (PERÍODO 2018-2022)**



● NÚMERO DE CANDIDATURAS

○ FUENTE: Institut Valencià de Cultura

También hemos tenido presencia activa en ferias como BIME en Bilbao, Classical Next en Rotterdam, el Mercat de Música Viva en Vic, la FiraB! de Mallorca o Fitur en Madrid.

Hemos participado en la Edición Especial Escena Musical Valenciana de la Revista Enderrock en los últimos cinco años y hemos editado material promocional en valenciano, castellano e inglés donde destaca especialmente el *Catálogo de la Música Valenciana*. Este catálogo fue especialmente útil para las salas durante la pandemia para que los locales que aparecían en él pudieran abrir para hacer música en directo.

En colaboración con la Valencian Music Office en 2023 hemos presentado un directorio de empresas que nos ha ayudado a realizar un mapa detallado del sector y que facilita el intercambio de servicios en toda la cadena de valor desde la creación a la comunicación.

**Transformaciones permanentes**

Desde Cultura de la Generalitat se ha impulsado una profunda renovación de la música valenciana con resultados muy satisfactorios, pero también se ha abierto un primer camino hacia la transformación de un sector que está viviendo momentos muy dulces a nivel creativo. Son cambios positivos que entendemos como permanentes o difíciles de revertir.

**Empoderamiento**

El sector ha tomado conciencia de sí mismo, se ha organizado y se ha empoderado. La colaboración entre los actores de la escena musical es habitual tanto en gestión como artísticamente.

**Diálogo**

Los canales de comunicación están bien abiertos y, lo que es más importante, el sector ha encontrado su voz a través de sus asociaciones, sindicatos y la Federació de la Indústria Musical Valenciana.

**Planificación**

El sector y la administración se han acostumbrado a trabajar de manera planificada y a partir de los procesos de diálogo se han establecido los objetivos comunes que se quieren alcanzar.

**Estructura**

La administración y la escena se han dotado de estructuras de colaboración como la Valencian Music Office que consolidan su relación.

**Formación**

Contamos con un sector formado y actualizado técnica y artísticamente.

**Aspecto**

El público se ha acostumbrado al buen diseño en carteles, portadas de libros y discos y en la comunicación en general. La calidad en la producción de videoclips es muy destacable.

**Público**

Nuestra música tiene un público fiel y reincidente.

**Belleza**

Los creadores y creadoras han encontrado un entorno propicio para su crecimiento expresivo. Tienen buena formación musical, buenas ideas, buenos referentes y un incipiente tejido industrial que los acompaña en este crecimiento.

Estamos viviendo uno de los momentos creativos más importantes de la historia de la música valenciana donde los artistas empiezan a estar acompañados no sólo por la Administración, sino también por un entramado de empresas que incrementan su proyección.



☑ Taller formativo en la Fira Trovam, 2019.  
Foto: Claudia Marconell

## LA VOCACIÓN DE TRANSMITIR CONOCIMIENTO Y FORMACIÓN

Vicente Martínez ●

La música dinamiza la sociedad, aporta valor, bienestar y felicidad, lo que nuestra comunidad demanda y necesita. Los profesionales y futuros profesionales del sector debemos estar en permanente formación para conocer las nuevas maneras a través de las cuales el público se relaciona con la música y así ser los catalizadores de su experiencia.

Estamos ante una revolución tecnológica que debemos entender para aportar valor al nuevo ecosistema musical en el que estamos inmersos. Formarse, ampliar y mejorar los conocimientos es clave para acometer los retos presentes y futuros a los que la industria musical se está enfrentando y se enfrentará.

Para ello, desde hace más de 10 años, en la Comunitat Valenciana se han puesto en marcha iniciativas formativas como cursos, talleres o posgrados relacionados con el sector de la música, ya que no había formación sobre este tema, ni dentro ni fuera del ámbito universitario. En su gran mayoría, los profesionales del sector habíamos adquirido los conocimientos para trabajar en la industria musical de manera autodidáctica.

En este sentido, en 2010, por primera vez, se puso en marcha en una universidad pública estatal un postgrado relacionado con la gestión empresarial de la música. En este caso, organizado por la Universitat de València y Songsforever.

El posgrado comenzó de manera presencial y en su cuarta edición se impartió en línea, experiencia también pionera en este formato. Su oferta formativa, impartida por profesionales del sector, artistas y profesores universitarios, abarcaba una

visión 360° del negocio de la música. Por tanto, cualquier músico, artista, profesional o futuro profesional que quisiera conocer cómo funciona toda la cadena de valor de la industria musical podía adquirir los conocimientos necesarios.

Después de diez ediciones y de formar a más de 300 profesionales tanto nacionales como internacionales, el proyecto formativo se dio por finalizado en 2022.

En la actualidad, el Institut Valencià de Cultura ofrece desde hace seis ediciones un curso sobre conocimientos básicos en el negocio musical coordinado y dirigido por Songsforever. El enfoque del curso es eminentemente práctico con la adecuación de contenidos a casos reales en cada una de las dieciocho sesiones que lo forman. El programa formativo incluye las áreas de *marketing*; comunicación; *sponsoring*; *playlisting*; distribución musical; relaciones contractuales; derechos de autor, *royalties* y derechos en el entorno digital; internacionalización; y gestión fiscal y laboral de los músicos y artistas.

A través de profesionales formados, nuestro objetivo como sector debe ser colaborar con la administración pública para conseguir un marco legislativo, económico, fiscal, laboral, formativo, educativo y de protección que atienda de manera eficaz las particularidades del sector de la música para convertirlo en un gran sector económico, generador de riqueza, empleo y nuevas profesiones.

Desde nuestras empresas y asociaciones formadas por profesionales debemos transmitir a las instituciones y a la administración que nuestro sector aporta marca país, empleabilidad, profesionalidad y es fuente de riqueza y cultura.

## EL JAZZ VALENCIANO, UNA MIRADA PANORÁMICA HACIA NUEVOS HORIZONTES

Enrique Monfort ●

El jazz valenciano, tras un buen resfriado en 2020, está atravesando lo que creemos que es su mejor momento histórico.

En los últimos años, los actores involucrados en la producción y promoción de conciertos y festivales han consolidado sus propuestas, con la excepción del periodo pandémico. Los festivales más consolidados como Peñíscola, Castelló, Alicante y València han desarrollado ediciones notables, con un buen puñado de artistas internacionales de alto nivel y procurando hilvanar los carteles con la participación de músicos locales y producciones propias. Tampoco conviene olvidar la siempre heroica labor del local de jazz más destacable del panorama valenciano: el Jimmy Glass. Otros festivales más humildes en su presupuesto como el de la Serranía, Godella, Torrent o la Universitat Politècnica de València han podido también garantizar su continuidad.

Afortunadamente, esta trayectoria ascendente ha venido también propiciada por el crecimiento del número de músicos valencianos dedicados al jazz. Y en esto, la formación ha tenido mucho que decir. La apertura de la sucursal de Berklee, en 2012; la implantación de los estudios de jazz en el conservatorio superior de música de València; y, recientemente, la incorporación de la escuela privada Esmar, se han sumado al que ha sido el formador más constante de la cantera de músicos valencianos: Sedajazz. El colectivo liderado por Latino celebró el año pasado su 30 aniversario en un estado de forma envidiable a pesar de

las dificultades que muchas veces encuentran en el desarrollo de sus múltiples actividades. Todo este abanico de opciones académicas está facilitando que los grandes músicos formados en los años ochenta y noventa como Perico Sambeat, Ramón Cardo, Jesús Santandreu, Dani Flors o Ximo Tebar, por decir sólo unos pocos, puedan dar su magisterio a una novísima generación de músicos. Asimismo, encontramos un panorama de mujeres instrumentistas (además de vocalistas) cada vez más enriquecedor y un conjunto, en general, cada vez más diverso que, seguro, llevará al jazz valenciano a nuevas cotas de excelencia.



☑ Concierto de Sedajazz en el Festival de Jazz de València, 2022.  
Foto: Palau de la Música de Valencia © Contra vent i fusta



☑ Concierto de Satspén Tali en *Berklee a Les Arts*, 2023.  
Foto: Tato Baeza

## LA ELECCIÓN DE VALÈNCIA COMO SEDE DE LA BERKLEE COLLEGE OF MUSIC

María M. Iturriaga ●

El establecimiento en la ciudad de València del primer campus de Berklee fuera de Estados Unidos supuso todo un hito histórico para Berklee y pensamos que también lo ha sido para la ciudad de València. Desde que Berklee abrió sus puertas en la capital musical por excelencia en 2012, han pasado por nuestras aulas más de 4.000 alumnos de 85 nacionalidades; hemos otorgado 10 millones de dólares en becas, incluido un programa específico para estudiantes valencianos; se han celebrado más de 1000 conciertos; nos han visitado 900 artistas y profesionales del sector que han tenido la oportunidad de conocer la ciudad, su cultura y sus posibilidades de desarrollo musical; y nuestros alumnos se han sumado al tejido de la industria musical en València con la apertura de estudios de grabación, salas de ensayo, escuelas de música y agencias de management y, también, con la formación de agrupaciones musicales nuevas en colaboración con músicos valencianos y de otras procedencias.

El programa de máster de Berklee València en *GESTIÓN GLOBAL DE LA MÚSICA Y EL ENTRETENIMIENTO* ha sido reconocido por la revista *Billboard* en dos ocasiones como uno de los mejores másteres especializados en gestión musical del mundo; hemos participado y actualmente colaboramos con un gran número de entidades educativas y profesionales dedicadas a la música, desde el Palau de Les Arts a la Federación de Sociedades Musicales de la Comunitat Valenciana, la Fira Trovam, el Festival de Jazz de València, Sedajazz, el Festival de Les Arts, la Fundación Bancaja, el Centre del Carme Cultura Contemporània, salas de conciertos de la ciudad de València y un largo etcétera. Además, contamos con un profesorado y equipo que se nutre del gran talento creativo de la región, con profesores de la talla de Perico Sambeat, Javier Vercher, Nacho Marco, Clara Barberá, Ester Andújar, Catalina Millán o Vicente Ortiz Gimeno.

En resumen, el tiempo y la experiencia nos han demostrado que la elección de la ciudad de València como sede de su primer campus internacional no podría haber sido más acertada. La comunión entre ambas nos ha permitido ofrecer una experiencia única para que el talento creativo e innovador de nuestro alumnado y profesorado se nutra, se desarrolle y sea partícipe de un tejido musical en València que hoy posiciona a la ciudad como una capital europea musical de primer orden.

●  
Senior Vice President, *International Learning Environments*  
and Executive Director, Berklee València

## MANTENIENDO EL PULSO (Y EL IMPULSO). LA ESCENA MUSICAL EN CASTELLÓ

Asun Pérez ●

Es casi como de ciencia ficción pensar que hubo un momento en el que la actividad cultural desapareció. Veníamos de un 2019 en el que Castellón se encontraba entre las provincias con mayor número de eventos de música en directo: festivales grandes, medianos y pequeños (y durante todo el año), nuevas salas de conciertos y espacios culturales, una escena local cada vez más variada y aumento del público. En marzo de 2020, la agenda cultural se vaciaba. Pero ya sea a través de un móvil o, más tarde, entre mascarillas, distancia interpersonal y gel hidroalcohólico, la industria se adaptaba y no perdía el latido. Un refugio. De eso no hace tanto, aunque lo parezca. El pasado verano, sin ir más lejos, nos reencontrábamos con los festivales al 100%. Volvíamos a vibrar, saltar, bailar, frotar, cantar, gritar... Y así, después de adaptarse y aferrados a aquello de volver a hacer sonar las canciones para bailarlas con nuevos pies, la industria recupera el pulso; y nosotros, el aliento.

Volvemos a contar los veranos por grandes festivales -con Castellón como casa de algunos tan representativos como el FIB (por el que ya han pasado millones de personas desde su primera edición en 1995), Arenal Sound (uno de los más multitudinarios del país) o el Rototom (con un gran carácter internacional y social). Con una escena *underground* alimentada y alentada por las salas de conciertos (eso sí que es un refugio) que recuperan la forma y una curiosa ola de nuevos nombres (Ortopedia Técnica, Sanspok, Palo Domado, Esther, Blu Boi, Kharnassein, Sao...). Con la singularidad de citas como Singin' in the Cave o la personalidad de otras como la Fira Trovam! - Pro Weekend, emac, FeCstival, Fesloc, Ultrasons, Vallesonora o, incluso, el Cinemascore. También con la llegada de nuevas, como Al Port. Del salto cualitativo de las programaciones del Principal o del Auditorio o de ver espacios como el Museo de Bellas Artes que se reinventan (y hacen un hueco a la música en directo). No pinta mal este "año cero".



☑ Anni B Sweet & Íñigo Bregel en Singin' in the cave.  
Foto: Singin' in the cave



☑ Público en un concierto en la Sala Euterpe a Sant Joan d'Alacant.  
Foto: finafotografia

## UNA DÉCADA DE NUTRICIÓN, RELACIÓN Y REPRODUCCIÓN DE LOS EVENTOS MUSICALES DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Thais Peñalver ●

Después de la pandemia de la COVID-19, la gente estaba deseosa de experiencias. Una de ellas, los conciertos, la música en directo, con todo lo que conlleva. Si bien es cierto que antes del confinamiento el panorama musical en la provincia de Alicante ya tenía unas fechas ineludibles, en el post-covid han surgido más nombres de festivales que han desembarcado en el territorio, en ocasiones más tarde de lo previsto debido a la pandemia.

El verano es, por defecto, la época en la que más afloran los festivales. Hacemos referencia al verano mediterráneo, que abarca desde abril hasta octubre. Hay eventos más consolidados como son Leyendas del Rock (agosto), que comenzó en 2006 en varios municipios de Murcia, hasta que en 2013 se asentó en Villena; el Low Festival (julio), que se celebra desde el año 2010 en Benidorm; el Rabolagartija (agosto), también en Villena desde 2015 -que vino a ser una especie de sustituto del anterior Aupa Lumbreiras-; el Spring Festival (mayo), que tiene lugar en Alicante desde 2018; o el Reggaeton Beach Festival (julio), que pone a bailar diez ciudades de España, entre ellas Benidorm desde 2018.

De más joven creación son el Rocanrola (abril), surgido en Alicante en 2020; Brilla Torrevieja (agosto), desde 2021 en la ciudad a la que hace referencia; Crazy Urban (agosto), también en Torrevieja en 2021 y, aunque anunciado para repetir en 2022, acabó cancelándose; Boombastic (agosto), que tuvo su primera edición el pasado 2022 en Benidorm y que trasladará el segundo encuentro a Alicante este 2023; o el fenómeno eurovisivo Benidorm Fest (enero/febrero), como clasificatoria para el evento europeo que tiene lugar en la ciudad alicantina de los rascacielos desde 2022. Esto por mencionar sólo unos cuantos.

No hay que olvidar tampoco el papel de las salas de conciertos, que han resistido a la pandemia, aunque las restricciones de aforo y las consecuencias económicas no se lo han puesto fácil. Mención especial tienen las míticas Jendrix Rock Bar (Alicante), que lleva 28 años funcionando; la Sala The One (San Vicente del Raspeig), fundada en 2010, que lleva artistas de reconocido prestigio, o la Sala Euterpe (San Juan de Alicante), que actúa como altavoz de grupos emergentes -y no tan emergentes- desde 2013 con la nueva gerencia (aunque su creación fue en 1983).

## CIRCUIT CULTURAL VALENCIÀ: DINAMIZANDO LA MÚSICA EN EL TERRITORIO

Eudald González ●

El Circuit Cultural Valencià (CCV) es la red de contratación de artistas y producciones musicales del Institut Valencià de Cultura (IVC) en colaboración con los municipios adheridos. Su carácter interinstitucional (está conformado actualmente por 93 municipios y dos universidades) refuerza la necesidad de tejer esfuerzos hacia la cooperación en el sector cultural.

Los datos de los últimos cuatro años reflejan que el CCV es la plataforma de difusión y contratación directa que más influye en la profesionalización del sector musical valenciano, ya que repercute en el trabajo de agencias de management y artistas. De esta manera, en el periodo 2019-2022 el Circuito Valenciano impactó en una media de 107,25 empresas valencianas, así como en 171,5 artistas y grupos valencianos. En este tiempo se ha incrementado considerablemente la presencia de empresas y grupos de nuestras tierras en las programaciones del Circuit Cultural Valencià, lo que muestra claramente la progresiva profesionalización del sector musical valenciano.

La media de conciertos programados en el marco del CCV desde 2019 hasta 2022 fue de 407,75, con una asistencia media de 102.609,75 espectadores en el mismo periodo. El promedio de inversión en estos cuatro años fue de dos millones de euros, cantidad que se incrementó en un 50% desde 2019. La inversión del IVC en este periodo pasó de los 310.644,33€ en 2019 a 687.872,35€ en 2022. Esto supuso un aumento del 54,8%.

El descenso de la actividad provocado por la crisis sanitaria de la COVID-19 fue evidente en el periodo 2019-2022. Esta situación tuvo consecuencias en la inversión llevada a cabo por parte de los municipios, así como en el número de conciertos y la cantidad de espectadores. Por otro lado, el 2022 fue el año evidente de la recuperación.

En este sentido, cabe destacar la apuesta firme y decidida por la música por parte del CCV, que, en clara sintonía con los municipios que lo forman, ha incrementado estas ayudas de una manera generosa. Este hecho ha permitido que la presencia del sector musical valenciano no sea sólo una anécdota en las programaciones de las fiestas mayores y en conmemoraciones al uso, sino que forme parte durante todo el año de los paisajes culturales municipales.

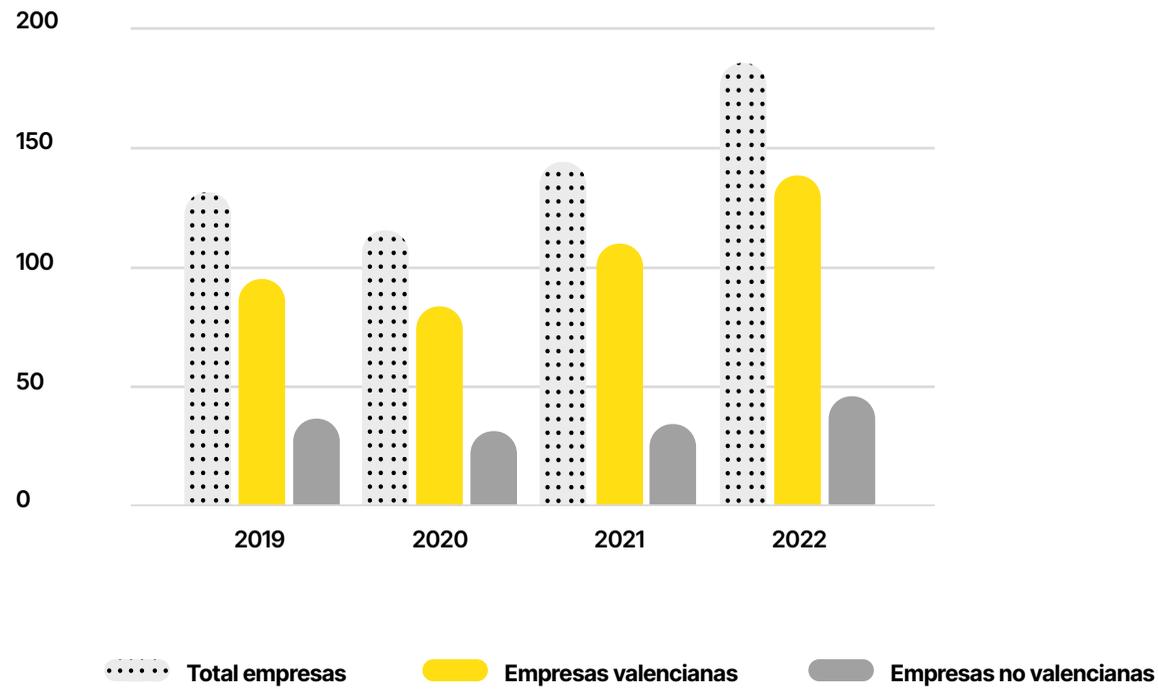


☑ Concierto de El Diluvi en Ontinyent. Circuit Sonora, 2020.  
Foto: Rebelarte

NÚMERO DE EMPRESAS CONTRATADAS (PERÍODO 2019-2022)

	2019	2020	2021	2022
<b>Total empresas</b>	131	115	145	186
<b>Empresas valencianas</b>	95	84	111	139
<b>Empresas no valencianas</b>	36	31	34	47

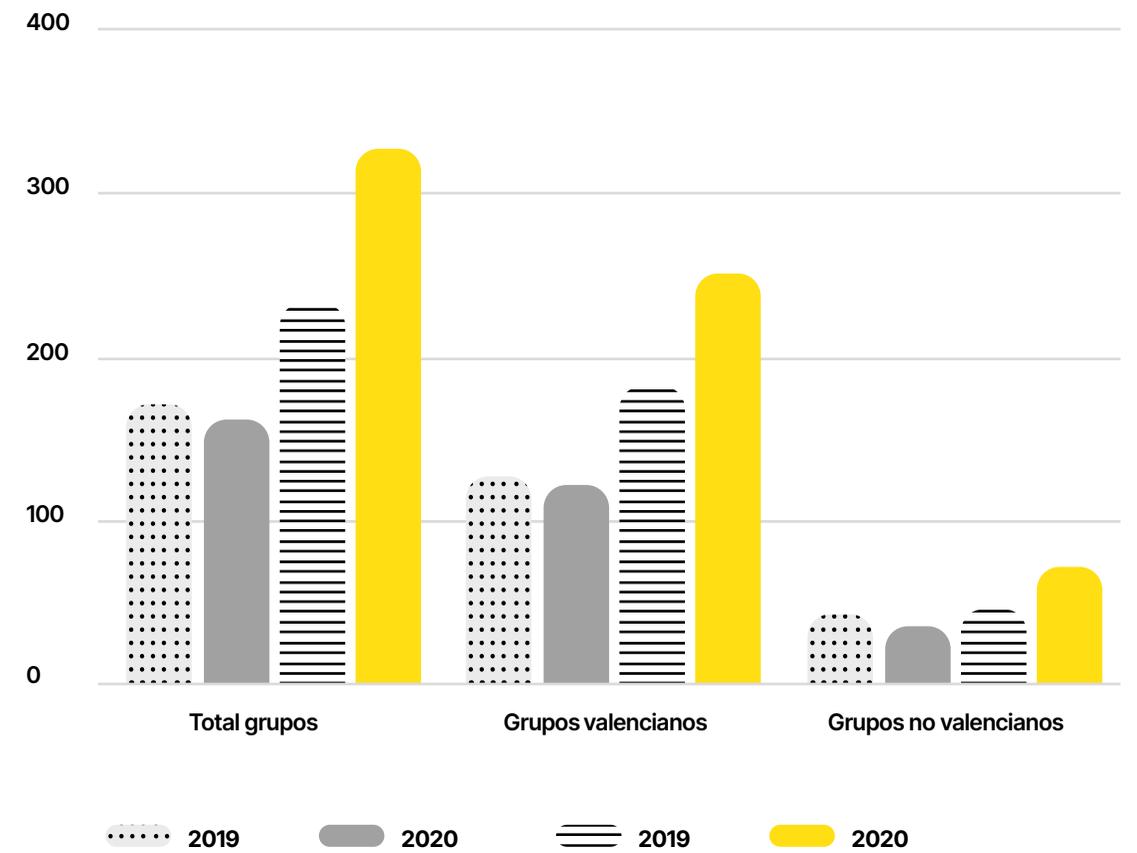
NÚMERO DE EMPRESAS CONTRATADAS A TRAVÉS DEL CIRCUIT CULTURAL VALENCIÀ



○ FUENTE: CIRCUIT CULTURAL VALENCIÀ

NÚMERO DE GRUPOS CONTRATADOS (PERÍODO 2019-2022)

	2019	2020	2021	2022
<b>Total grupos</b>	174	163	232	325
<b>Grupos valencianos</b>	129	124	183	251
<b>Grupos no valencianos</b>	45	39	49	74



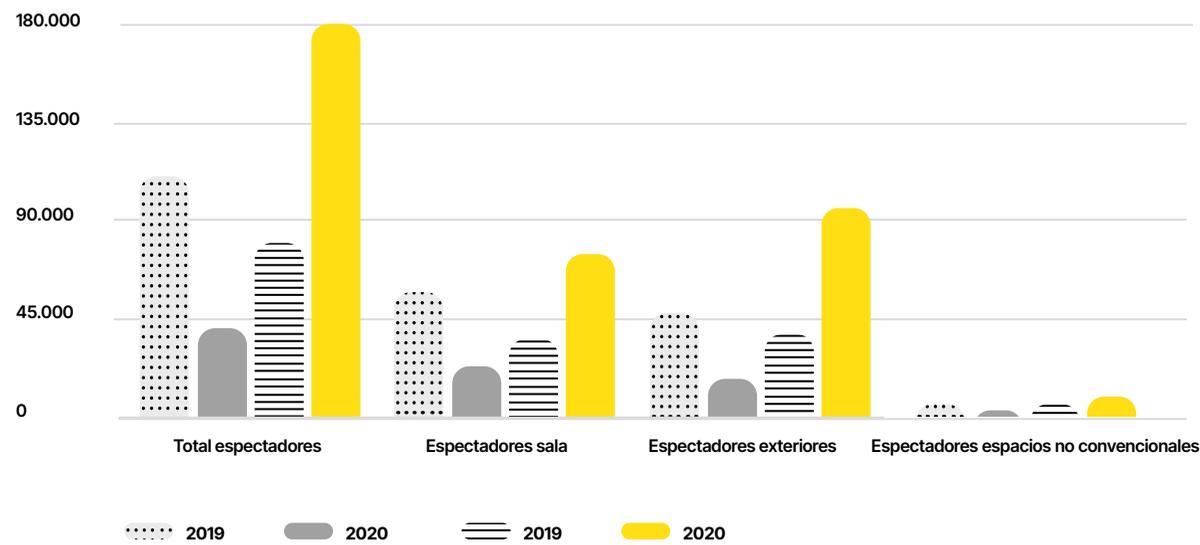
○ FUENTE: CIRCUIT CULTURAL VALENCIÀ

**NÚMERO DE ESPECTADORES EN CONCIERTOS PROGRAMADOS POR EL CCV (PERÍODO 2019-2022)**

	2019	2020	2021	2022
<b>Total espectadores</b>	110.272	40.874	79.629	179.664
<b>Media total espectadores</b>	321	145	189	308
<b>Inversión por espectador (euros)</b>	14,66	27,74	25,29	18,02

**NÚMERO DE ESPECTADORES EN CONCIERTOS PROGRAMADOS POR EL CCV POR TIPOLOGÍA DE ESPACIOS (PERÍODO 2019-2022)**

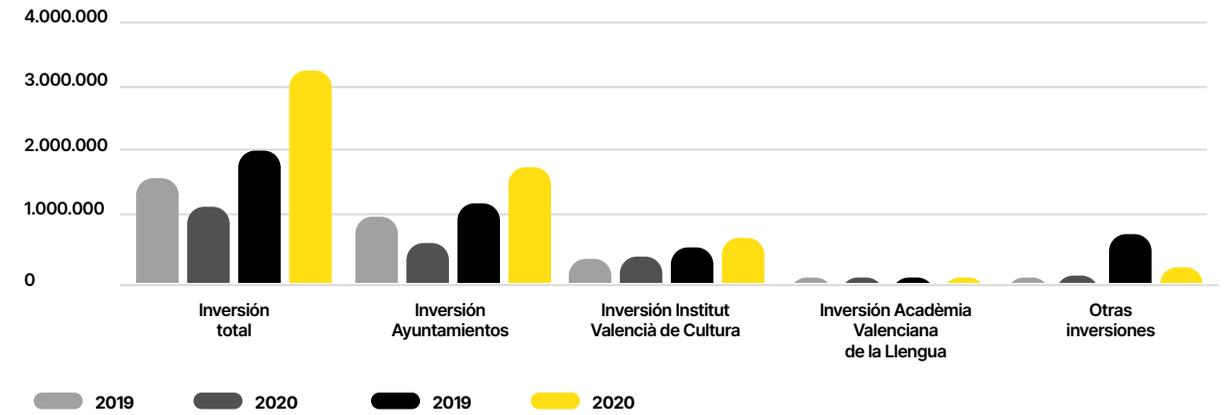
	2019	2020	2021	2022
<b>Total espectadores</b>	110.272	40.874	79.629	179.664
<b>Espectadores sala</b>	57.617	22.940	35.859	75.043
<b>Espectadores exterior</b>	47.438	16.308	38.515	95.721
<b>Espectadores espacios no convencionales</b>	5.217	1.626	5.255	8.900



○ FUENTE: CIRCUIT CULTURAL VALENCIÀ

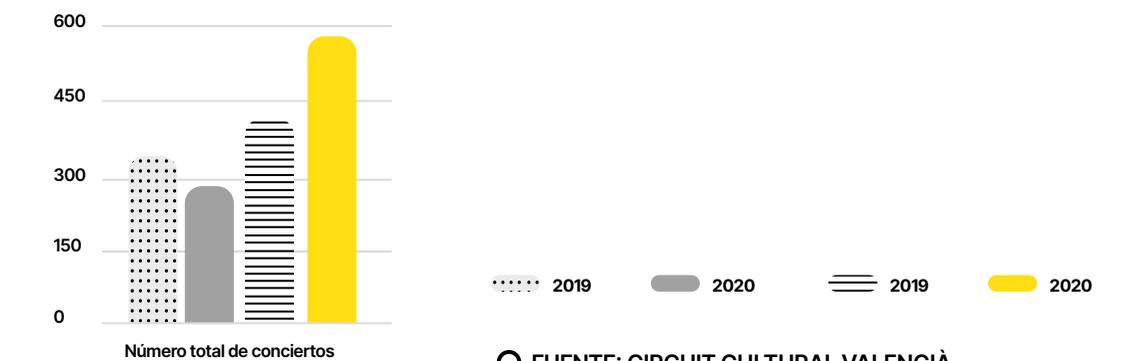
**INVERSIÓN TOTAL EN MÚSICA DEL CCV (PERÍODO 2019 - 2022)**

	2019	2020	2021	2022
<b>Inversión total</b>	1.617.005,72 €	1.134.035,76 €	2.013.990,65 €	3.237.162,85 €
<b>Inversión Ayuntamientos</b>	935.203,12 €	584.137,80 €	1.179.179,93 €	1.742.891,98 €
<b>Inversión Institut Valencià de Cultura</b>	310.644,33 €	347.815,34 €	507.699,68 €	687.872,35 €
<b>Inversión Acadèmia Valenciana de la Llengua</b>	26.159,38 €	26.802,12 €	35.619,75 €	41.505,42 €
<b>Otras inversiones</b>	32.514,19 €	56.551,65 €	697.083,84 €	195.554,68 €



**NÚMERO DE CONCIERTOS PROGRAMADOS POR EL CCV (PERÍODO 2019 - 2022)**

	2019	2020	2021	2022
<b>Número total de conciertos</b>	343	282	422	584



○ FUENTE: CIRCUIT CULTURAL VALENCIÀ

# Carolina Rodríguez

DIRECTORA DE COMUNICACIÓN  
EN LA ASOCIACIÓN DE PROMOTORES MUSICALES (APM)



Carolina Rodríguez (Alicante, 1975) es fundadora y fue socia de Producciones Baltimore, la promotora musical responsable de los festivales Low Festival (Benidorm), Warm Up Estrella de Levante (Murcia), Área 12 (Alicante), Spring Festival (Alicante) y Fuzzville!!!! (Benidorm). Actualmente ocupa el cargo de DIRCOM en la Asociación de Promotores Musicales de España (APM), en la que ha sido vocal de la junta directiva desde 2016.

A lo largo de su trayectoria ha coordinado el departamento de *talent* y comunicación de RTVE en la gala *Más fuertes que el volcán*, ha moderado diferentes mesas profesionales en BIME PRO y ha participado como panelista en ferias profesionales como Viva Sounds (Gotemburgo) o ESNS (Groninga), entre otras actividades.

Por Víctor López

☑ Carolina Rodríguez. Foto: Dani López (MondoSonoro)

**Empiezas en 2006, desde el absoluto underground (fanzines y rock minoritario) hasta que montas el Low Festival en Benidorm. ¿Cómo fue este proceso desde la base hasta la creación de un macrofestival?**

Fue una evolución casual (llámalo destino) y bastante meteórica que surgió de forma natural entre dos personas: José Manuel Piñero, el que ha sido mi socio durante 15 años, y yo. En Alicante, en aquella época, no éramos muchos los que agitábamos la escena musical. Por aquel entonces yo editaba una revista independiente llamada *Overground* y hacíamos unas fiestas bastante populares en la Sala Stereo en las que tocaban bandas de la escena del electropop nacional. Éramos una comunidad bastante sólida y divertida.

No pasó mucho tiempo hasta que empezamos a idear proyectos juntos, entre ellos programar a bandas nacionales e internacionales en diferentes espacios como La Llotja o el festival Diversa en Elche. Unos años después se nos ocurrió presentar un proyecto un poco más ambicioso en el Ayuntamiento de Alicante bajo la forma de festival. De ahí nació el Low Festival, cuya primera edición fue aprobada, programada y producida en poco más de mes y medio, y cuyo éxito provocó el que volcásemos nuestras energías en darle continuidad. El resto ya es historia.

**Los festivales necesitan el apoyo municipal y los alcaldes quieren un festival en su ciudad. ¿Qué tipo de negociación hubo con las instituciones políticas de Benidorm?**

Realmente nos llamaron ellos (el Ayuntamiento de Benidorm). Tuvieron muy buen ojo, por cierto (ríe). Tras el éxito de la primera edición del Low Festival en Alicante, nos encontramos con ciertas complicaciones para consolidar una segunda debido a los tiempos de aprobación del proyecto, los espacios disponibles y las necesidades que supone apostar por bandas internacionales más ambiciosas.

El Ayuntamiento de Benidorm nos hizo la propuesta de darnos continuidad garantizada y recinto en la ciudad, lo cual es lo básico para poder avanzar sobre seguro. La relación con Benidorm ha ido creciendo y mejorando desde entonces y el Low Festival

y Benidorm hicieron *match* desde el minuto uno y así sigue siendo.

**¿Qué valoración haces de la actual industria de festivales? ¿Existe alguna debilidad que subsanar a corto plazo?**

La industria de festivales es enorme en España, aunque siempre hay puntos que se pueden mejorar y siempre está en constante evolución. No llamaría debilidad al hecho de que haya cada vez más festivales en nuestro país. Al final, los proyectos más sólidos son los que demuestran que pueden hacer frente a todas las demandas que se le exige a un evento de estas características, en la dimensión que sea. Si nos centramos en los festivales que están realizados por promotoras avaladas por entidades como por ejemplo lo es la APM, nos encontramos ante un abanico de propuestas muy variadas que dan a un público cada vez más amplio razones para disfrutar de esa oferta.

Además, los festivales suman a su programa infinidad de actividades que van desde la gastronomía, las experiencias y, cada vez más, la faceta PRO que aporta programas divulgativos, formativos, mesas de debate y encuentros de la escena que generan escuela, algo que antes no existía. Se están convirtiendo en un fenómeno de experiencias 360° que generan un impacto turístico cada vez más reconocido, como es el caso de la Comunitat Valenciana. Generan miles de puestos de trabajo y crean nuevas profesiones, fomentan la profesionalización y la conexión de profesionales, sirven de catapulta para bandas emergentes y de laboratorio experiencial para las nuevas tecnologías. Sin lugar a duda, estamos viviendo una etapa sin precedentes muy interesante en este sentido.

**Desde los últimos quince años, los festivales marcan el minuto de la industria musical del país. Es algo estructural. Todos los gobiernos autonómicos, sean del signo político que sean, apuestan por esta industria. La demanda se ha disparado tras el rebote pandémico. ¿Se sigue confiando en que esta demanda no caerá?**

Cogiendo el hilo de la pregunta anterior, los promotores de festivales cuentan con departamentos cada vez más profesionales y esto se ha convertido en una lanzadera de nuevas ideas,

proyectos satélite y consolidación de la comunidad. Un festival de música hace mucho tiempo que no es solo aquel lugar al que vas a disfrutar de un programa musical con el que conectas. Es mucho más, se trabaja para crear comunidad y eso fideliza.

Las nuevas tecnologías que facilitan el seguimiento y el conocimiento de los públicos; el *feedback* que se recibe a través de las redes sociales; las aplicaciones que permiten valorar la respuesta del público a tiempo real; la implicación de las bandas al integrarse en la convocatoria; el sentirse parte del fenómeno, etc. Durante la pandemia ha habido muchísima gente que ha descubierto el *feeling* que aporta la música en directo. Lo ha hecho en aquellas convocatorias en las que se dejó patente el enorme esfuerzo que se realizó en mantener la música en vivo en funcionamiento. Y eso ha dejado huella. Pero para que la demanda no caiga hay que estar a la altura y seguir innovando, ser cada vez más eclécticos, más sostenibles, más solidarios, más inclusivos, más responsables y más cercanos, y son elementos que la mayoría de las promotoras musicales tienen como eje principal de crecimiento.

**En la Comunitat Valenciana, la política de aunar música y turismo es la gran directriz entre administraciones e industria. Al ser parte de la APM, una asociación estatal, ¿qué otros modelos existen en otras comunidades autónomas?**

No podría hablar de forma exhaustiva de todas las comunidades ya que el mapa es complejo y tiene muchas particularidades. Hay algunas diferencias muy evidentes a la hora de aplicar esta visión entre unas comunidades y otras. Lo que sí es cierto es que esta política que ha adoptado la Comunitat Valenciana ha inspirado a otras comunidades a la hora de crear sellos de calidad y ayudas específicas para fomentar esta actividad.

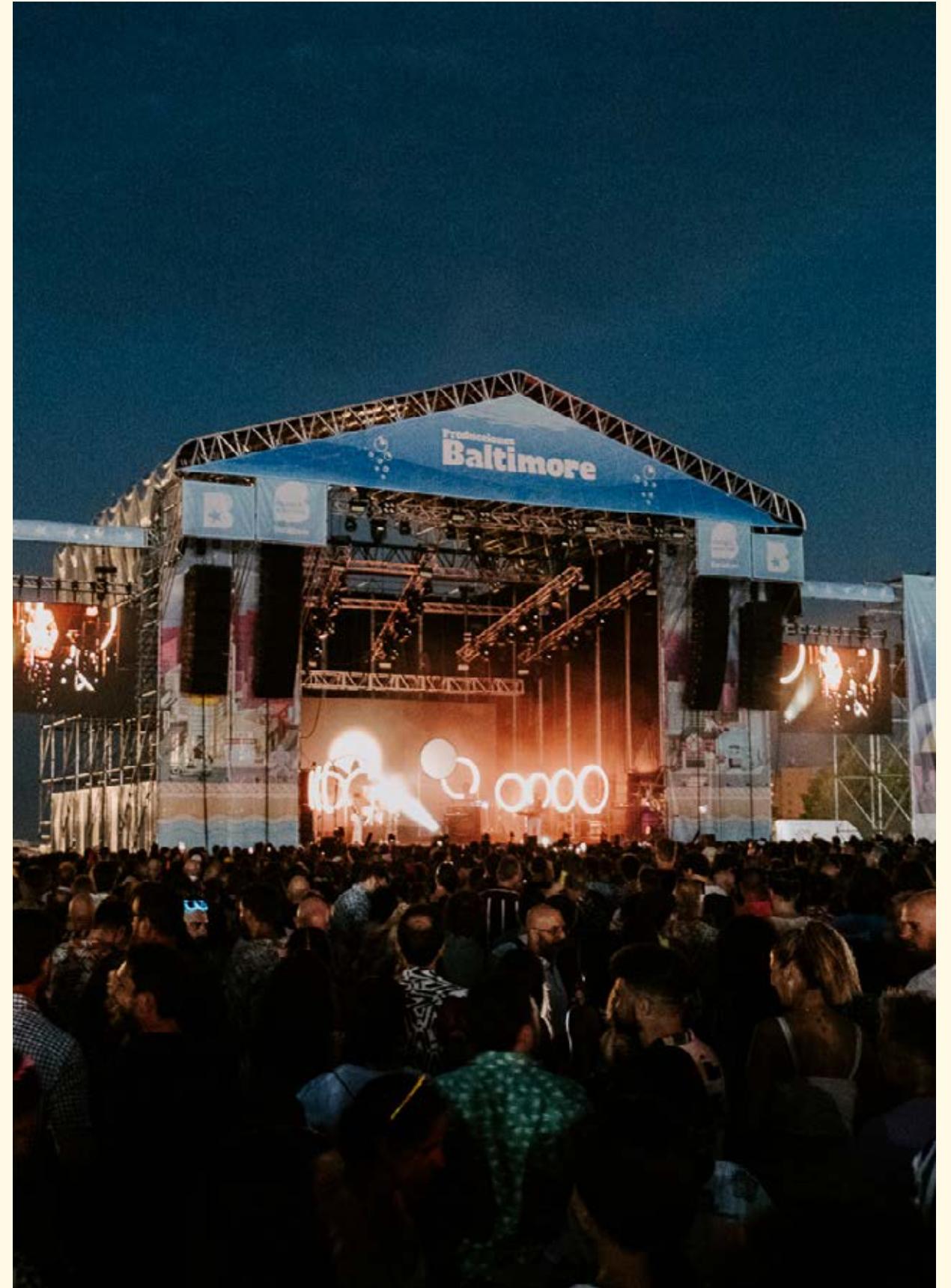
Es muy tangible el demostrar el impacto económico y turístico generado por la celebración de un festival, y es muy agradecido para el municipio en el que se celebra. Las cifras lo demuestran constantemente. El enfoque cultural también es muy importante. Que haya actividad musical en cualquiera de sus dimensiones en un municipio atrae a los públicos, demuestra una mentalidad aperturista y es enriquecedor para las nuevas generaciones de públicos y no solo para los más jóvenes, también

el público familiar, y para el más adulto. La música alimenta el alma y eso es innegable.

**¿Qué significa para el sector la publicación del Anuario de la Música en Vivo a la hora de analizar y evaluar datos y de afrontar nuevos planteamientos?**

Sin lugar a duda, el *Anuario de la Música en Vivo* es un *must* 100% consolidado a la hora de realizar una evaluación rigurosa de la realidad de la industria del directo. En él podemos ver en detalle cómo han afectado las diferentes situaciones vividas por nuestro país, el impacto de la crisis sanitaria, la capacidad de resurgir de las cenizas por parte de nuestro sector y, además, la respuesta de los públicos. Las cifras de facturación obtenidas de una fuente totalmente auditada como es la SGAE, así como el grado de transparencia con el que los promotores de conciertos, giras y festivales entregan sus cifras de ventas para poder ver cómo las diferentes regiones se iluminan en el mapa y poder hacer comparativas con años anteriores nos aportan claridad y nos permiten pronosticar cómo serán los años venideros.

Y no son sólo las cifras, son las grandes colaboraciones venidas de diferentes aristas que al final forman un todo en esta industria como son las instituciones, otras asociaciones musicales, periodistas especializados, los propios artistas, etc. El *Anuario de la Música en Vivo* despeja la incertidumbre de la que venimos y que podemos seguir teniendo para arrojar luz al futuro de la industria del directo.



Low Festival, 2022. Foto: Rafa Galán

## UN TERRITORIO DE FESTIVALES PLENAMENTE CONSOLIDADO

Albert Salmerón ●

La Comunitat Valenciana es un territorio caracterizado por su elevada y consolidada convocatoria de festivales. De igual manera, también hay que detallar que los precios de los abonos y entradas de estas citas musicales tienen una media de precio más reducida que otros macrofestivales que se celebran en otras comunidades.

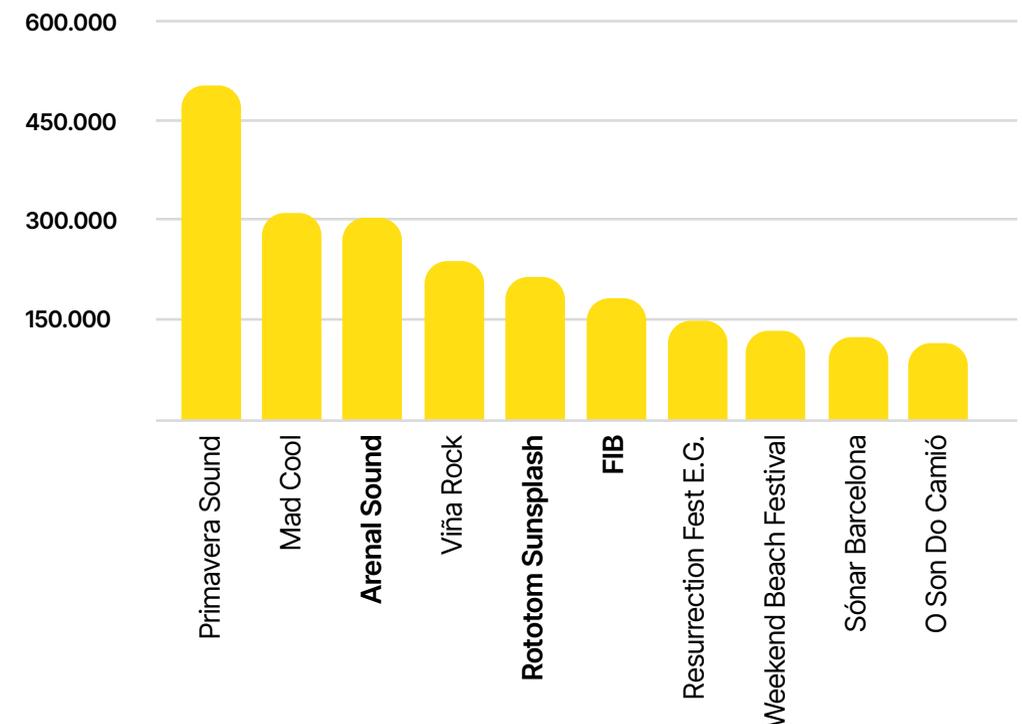
Si se tiene en cuenta que las cifras que refleja el *Anuario de la Música en Vivo* son las de facturación global (no la del número de entradas vendidas), sí es un elemento determinante la diferencia de precio no tan solo en el ámbito de los festivales, sino también de la facturación obtenida por grandes giras internacionales, que hacen parada exclusiva en capitales como Madrid o Barcelona.

El panorama musical en la Comunitat Valenciana es uno de los más importantes en España, tal y como refleja el mapa de afluencia de público en la costa levantina en el ámbito de los macrofestivales. Así, tres de los acontecimientos de este tipo ocupan puestos en el Top 10 (Arenal Sound, Rototom Sunsplash y FIB, citas que suman casi 700.000 asistentes), y su poder de convocatoria, no solo de los que ocupan los primeros puestos, sino de todo su amplio espectro y oferta, confirma la gran recepción por parte del público y su consolidación como una de las regiones más activas de nuestro país en este sentido.

TOP 10 DE FESTIVALES ESTATALES POR NÚMERO DE ASISTENTES (AÑO 2022)

Festival	Ciudad	Comunidad Autónoma	Asistentes
Primavera Sound	Barcelona	Cataluña	500.700
Mad Cool	Madrid	Comunidad de Madrid	310.000
Arenal Sound	Burriana	Comunitat Valenciana	300.000
Viña Rock	Villarobledo	Castilla - La Mancha	240.000
Rototom Sunsplash	Benicàssim	Comunitat Valenciana	211.000
FIB	Benicàssim	Comunitat Valenciana	180.000
Resurrection Fest Estrella Galicia	Viveiro	Galicia	145.000
Weekend Beach Festival	Torre del Mar	Andalucía	135.000
Sónar Barcelona	Barcelona	Cataluña	122.664
O Son Do Camiό	Santiago de Compostela	Galicia	115.419

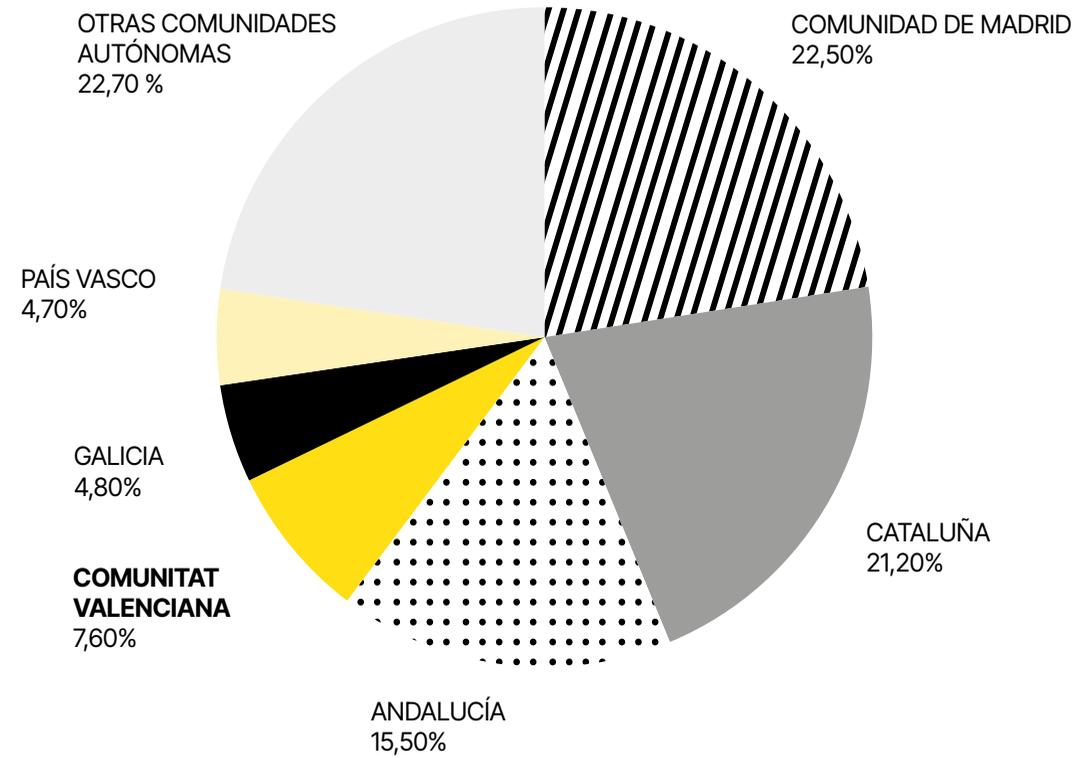
TOP 10 DE FESTIVALES ESTATALES POR NÚMERO DE ASISTENTES (AÑO 2022)



○ FUENTE: *Anuario de la Música en Vivo 2022* de la Asociación de Promotores Musicales (APM)

●  
 Presidente de la Asociación  
 de Promotores Musicales (APM)

**FACTURACIÓN POR COMUNIDAD AUTÓNOMA Y PORCENTAJE QUE REPRESENTA SOBRE EL TOTAL (ANY 2022)**

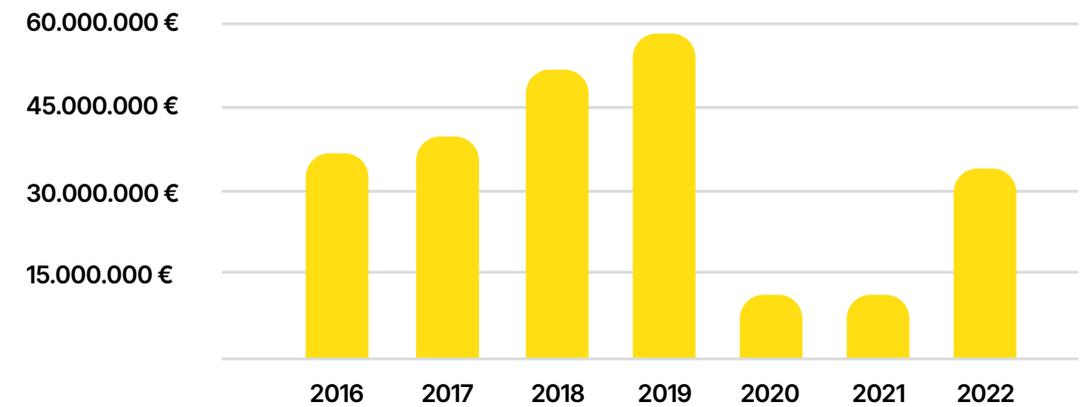


COMUNIDAD DE MADRID	103.557.152 €
CATALUÑA	97.368.239 €
ANDALUCÍA	75.907.173 €
<b>COMUNITAT VALENCIANA</b>	<b>34.779.631 €</b>
GALICIA	22.120.923 €
PAÍS VASCO	21.483.490 €
OTRAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS	104.031.521 €

○ FUENTE: Anuario de la Música en Vivo 2022 de la Asociación de Promotores Musicales (APM)

**FACTURACIÓN NETA DE LA INDUSTRIA MUSICAL EN LA COMUNIDAD VALENCIANA (PERÍODO 2016-2022)**

2016	36.821.699 €
2017	39.836.972 €
2018	51.420.616 €
2019	58.919.820 €
2020	11.743.115 €
2021	11.931.769 €
2022	34.779.631 €



○ FUENTE: Anuario de la Música en Vivo 2022 de la Asociación de Promotores Musicales (APM)

## LA MÚSICA DE REPERTORIO

### Beatriu Traver ●

Se tiende a pensar que la música de repertorio es un sector minoritario, de nicho. Pero si tomamos perspectiva, vemos que la oferta en cuanto a programación es mucho mayor que la de la música *mainstream*. Tiene, de hecho, un punto más a su favor: no es estacional. Su actividad abarca el 100% del calendario anual.

Dicho esto, y con la necesidad de desmitificar que su consumo es menor y elitista, las cifras demuestran lo contrario. Desde el año 2020 se han realizado más de cinco mil conciertos de música de repertorio en la Comunitat Valenciana. De hecho, el número de espectadores en conciertos en directo de música clásica supera el 16% y somos la comunidad autónoma que mayor porcentaje tiene en el ámbito estatal. Si bien no hemos alcanzado todavía la recuperación de valores previos a la pandemia (2019 fue con diferencia el mejor año desde que tenemos cifras), su recuperación ha sido extraordinaria y mucho más rápida que en otros sectores musicales. A nivel estatal, la Comunitat Valenciana es el territorio que más conciertos de música de repertorio ha realizado. Y es, además, la tercera comunidad autónoma en mayor recaudación (según datos de la SGAE).

Contamos con algunos de los espacios más relevantes y con mejor valoración del Estado que, a partir de su estrategia, han entendido la necesidad de ofrecer también nuevos formatos para los públicos actuales. Las temporadas estables del Palau de les Arts y el Palau de la Música de València, el Auditorio y Palacio de Congresos de Castelló o el ADDA de Alicante han demostrado la buena salud de la que gozan. Contenidos diversificados y adaptados a todos los públicos que incluyen ópera, zarzuela, ciclos sinfónicos, música de cámara, lied, música antigua, danza, programas didácticos y otras músicas como el flamenco o el jazz, que han ido perfilándose y aumentando con el objetivo de encontrar nuevas audiencias y fidelizar al público

desde la excelencia. Incluso en los momentos más difíciles, cuando la música en directo estaba paralizada, lograron adaptarse a las circunstancias para evitar cancelaciones.

La música de repertorio es también protagonista en festivales y ciclos de iniciativa tanto pública como privada que salpican todo nuestro territorio y son ya imprescindibles. Desde la música antigua hasta la creación contemporánea encontramos citas consolidadas con los años a las que se suman propuestas complementarias más personales y alternativas. Por citar algunas: el Festival de Música Antigua y Barroca de Peñíscola; Early Music Morella; el Festival Renacimiento en San Miguel de los Reyes; o Musas Sagunto para mencionar la música antigua. Por lo que respecta al repertorio "clásico": la Sociedad Filarmónica de València; la Sociedad de Conciertos de Alicante; el Festival Internacional de Música de Cámara de Castelló; Música Cámara Godella; la Semana Internacional de Música de Cámara de Montserrat; el Festival Internacional de Música de València del Conservatorio Superior de Música "Joaquín Rodrigo" de València; el Festival dels Horts; Noches en el Claustro del Museo de BBAA de Castelló; el Festival CaixaBank de Orquestas; Serenatas en La Nau-UV. O en la creación musical contemporánea con el Festival ENSEMS; la Muestra Sonora de Sueca; el Festival So XXI; o SBalz Festival Spanish Brass Alzira. Además de toda la actividad de conciertos a cargo de las bandas de música.

El sector de la música de repertorio representa así por su riqueza, variedad, número de propuestas y accesibilidad, un verdadero vertebrador cultural y un elemento dinamizador del territorio. Desde el constante crecimiento ha sabido adaptarse a los retos para estar siempre al alcance de la sociedad con la firme creencia de que es un motor fundamental para mantener el engranaje cultural y social.



☑ Concierto de la Jove Orquestra de la Generalitat Valenciana en el Festival Ensems, 2019. Foto Institut Valencià de Cultura © Contra vent i fusta



☑ Concierto de la Banda Municipal de València en el Festival Ensems, 2021.  
Foto: Contra vent i fusta

## EL PAPEL DE LAS SOCIEDADES MUSICALES EN LA INCLUSIÓN CULTURAL

Cristina Quílez ●

Las sociedades musicales valencianas fueron declaradas Bien de Interés Cultural por el Gobierno Valenciano en 2018 y Manifestación Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial por el Gobierno de España en 2020. Ambos reconocimientos ponen en valor un fenómeno asociativo que, según un estudio realizado en 2018 por la Universitat de València, constituye el principal agente cultural de nuestro territorio. Sus características específicas lo hacen igualmente un elemento vertebrador y de identidad de primer orden. De esta manera, las sociedades musicales se han convertido en entornos abiertos a todo tipo de ciudadanos, independientemente de su edad, cultura, ideología, creencia, procedencia o formación. Ese espacio de sociabilidad colectiva constituye un pilar fundamental cuando hablamos de la integración en ellas de personas migrantes (así como de colectivos desfavorecidos).

La valenciana ha sido y continúa siendo una comunidad receptora de migrantes a lo largo de décadas. Especialmente significativa fue la inmigración castellanomanchega y andaluza en los años 50-60. A pesar de que no existen cifras en cuanto a número de personas procedentes de estas regiones que entraron a formar parte de las bandas de música, muchos testimonios así lo corroboran.

En la actualidad, la presencia de inmigrantes en estas asociaciones sigue siendo una constante, aunque, de nuevo, faltan datos al respecto, tal y como nos indican varias fuentes consultadas, entre ellas la Federación de Sociedades Musicales de la Comunitat Valenciana (FSMCV) y la Universitat de València. A los descendientes de aquellos que vinieron buscando un futuro mejor hace décadas, para quienes el fenómeno musical valenciano forma ya parte de su identidad cultural, se suman los procedentes de otros países y culturas, que encuentran en ellas un espacio de convivencia.

Incluso en momentos de crisis, las sociedades musicales han mostrado su lado más abierto, integrador y solidario. En la actualidad, con la guerra de Ucrania, muchos migrantes han encontrado en ellas centros en los que no solo disfrutar de la música, sino también incorporarse a una nueva realidad y así intentar normalizar una vida alejada de los suyos.

Este referente de integración social va fortaleciéndose gracias no solo al mantenimiento y conservación de sus valores tradicionales, sino también al enriquecimiento que supone la incorporación de personas procedentes de otras culturas que las convierten en entidades cada vez más diversas, inclusivas y tolerantes. Sin duda, se hace necesario un estudio que ahonde en esta simbiosis y cuantifique y analice esta capacidad de integración de la música valenciana con comunidades de inmigrantes.

## COMUNICACIÓN, FACTOR ESENCIAL

Magda Simó ●

A estas alturas de siglo y de civilización, pocas personas quedan al margen de la conciencia de la importancia que tiene la comunicación para hacer crecer cualquier proyecto, sea cual sea el sector donde se trabaje o la proyección que se busque. Si no somos visibles, ¿no existimos? Al menos, no en la mente de nuestros potenciales clientes y, por tanto, desaparecemos como opción a la hora de ser elegidos. En el sector musical, la comunicación se ha convertido en un factor esencial para posicionar la creación desde cualquiera de las esferas que consideremos: redes sociales, medios de comunicación, plataformas de reproducción. Darnos a conocer implica situar nuestra música en el campo visual y auditivo de nuestros públicos, pero el crecimiento exponencial de la oferta, fruto en gran parte de la mayor facilidad para hacer música que en décadas anteriores, y la lucha constante contra el algoritmo dificultan mucho más este proceso y hacen absolutamente necesario un esfuerzo extra.

Y si bien la receta del éxito, las dosis exactas de cada ingrediente para conseguir que una canción o un disco triunfen, no la tiene nadie y depende de muchos intangibles y coyunturas que van mucho más allá de la calidad musical y a veces no tienen nada que ver, sí hay algunos elementos que pueden contribuir a hacer el camino más fácil y uno de ellos es la comunicación. Todavía diría más: una comunicación pertinente, coherente, bien planificada y organizada nos puede ayudar, y mucho, a transmitir lo que el artista quiere y cree que le identifica. Y me gusta mencionar la pertinencia, porque no se trata de comunicar constantemente, con una presencia *non-stop*, sino cuando hace falta y cuando tenemos cosas que decir. La saturación informativa que vivimos en los últimos años nos ha hecho entrar en una carrera sin meta para conseguir la mayor cuota en la mente de los receptores, pero soy de la opinión de que en este mundo se puede ser de todo menos pesado: la prudencia y la medida son cualidades para poner en valor y un poco de espacio y de silencio son claves para reflexionar sobre los mensajes más adecuados, su tiempo correcto y las estrategias que nos hacen sentir más cómodos. En cualquier caso, la profesionalización de la comunicación de un proyecto optimiza los esfuerzos, suma puntos y dignifica el resultado final. Sin tener ninguna varita mágica y sin ser una ciencia exacta, sí vale la pena dedicarle una reflexión y un espacio en los presupuestos.



☑ Foto: Claudia Marconell

## LA PREGUNTA NECESARIA

Pau Berga ●

¿Qué es el videoclip en un mundo donde todo lo tratamos como una mercancía? El vídeo musical intenta responder, mientras hace equilibrio como un funambulista, en una cuerda suspendida entre el cine y el anuncio.

Decidimos hacer un videoclip. Sabemos que las horas dedicadas y los presupuestos estarán a la cola de las exigencias mínimas de la buena salud laboral y personal. Entendemos que el beneficio y el sueldo en estas producciones será muy reducido. Ahora bien, lo hacemos porque el videoclip es un terreno único y, sobre todo, abierto a las nuevas ideas. La música crea público, es un camino oportuno para mostrar a los otros nuestro estilo personal. Las marcas lo saben y mantienen la puerta giratoria bien engrasada. La publicidad se alimenta del lenguaje de la música y, además, ofrece sueldos más dignos. Movidos por el optimismo, nos tentamos a considerar esta burbuja inestable un sector industrial que nos traerá algún día riqueza y trabajo: un gesto cargado de inocencia.

El videoclip, funambulista, coge estabilidad, admira el paisaje, y recuerda que somos la región con más músicos por habitante de Europa. El pueblo pide símbolos, historias, melodías, personajes, vestimentas, maquillaje y peluquería. Necesitamos saber qué somos, y queremos averiguar qué queremos ser. Entendemos nuestras costumbres centenarias y no podemos evitar inventarlas otra vez.

Más allá de un producto, el videoclip valenciano crea pueblo, tal como lo hace la música. Son bienes de interés general. Si lo protegemos públicamente, lo estaremos liberando del temor a la tiranía de las visualizaciones, a no utilizar formas de expresión comerciales, a no cumplir los presupuestos raquíticos o no contentar al juicio popular. Si le damos el estatus que merece, no nos veremos obligados a repetir estereotipos banales de valencianidad que buscan acumular visitas y cuantificaciones. Si lo promocionamos, estaremos cuidando a las futuras creadoras del patrimonio popular. En palabras de Marina Garcés, "el nuestro, hoy, es un combate de aquello que entendemos como necesario contra aquello que se nos presenta como imperativo".

Ahora que el miedo al vacío preocupa a los horizontes posibles, se abre un camino para construir artísticamente desde la mercancía a partir de la experimentación y la asunción de riesgos. Como decía Jean Genet a su equilibrista, "nada, -pero sobre todo las ovaciones o las risas- impedirá que bailes por tu imagen".



☑ Frames de los videoclips *Llepolies* de Zoo y *Apariencias* de Nach, dirigidos por Pau Berga

## El nacimiento de una industria

Hace poco más de 10 años, las empresas musicales valencianas dedicadas a las "músicas actuales" iniciaron un proceso de estructuración que aspiraba a paliar una situación de retraso respecto a otros territorios. Querían ser reconocidas y tener visibilidad como sector profesional, así como tejer alianzas en su apuesta por la música en directo como eje clave en el desarrollo social, económico, cultural y turístico de las ciudades y los territorios. Así comenzó un proceso de conexión entre agentes musicales, con el desarrollo de un trabajo conjunto de identificación de necesidades y carencias del sector. También se impulsaron canales de interlocución con las administraciones con la intención de mejorar los marcos de trabajo legislativo, fiscal, laboral, de funcionamiento, de ayudas al sector, etc. Todo ello dentro de un marco europeo que ya había empezado a tener en cuenta la importancia de las industrias creativas en su modelo de políticas económicas y productivas.

### El sector musical se organiza

De esta manera, en el terreno profesional, entre 2011 y 2013 se crearon las principales asociaciones de empresas musicales valencianas. Con el ejemplo de otros lugares, los promotores, los managers y las salas privadas de la Comunitat empezaron a interiorizar la idea de que la única manera de mejorar el horizonte de su sector era a través de la organización colectiva y la cooperación mutua. En este proceso de toma de conciencia sectorial, la crisis de 2008 tuvo un papel preponderante. Veníamos de un período histórico en el que un individualismo feroz imponía su modelo en un contexto global marcado por las políticas neoliberales de Occidente y eclipsaba por completo las actitudes gremiales y cooperativas de periodos anteriores.

Actualmente, un total de 70 empresas musicales de Valencia, Castellón y Alicante están organizadas en asociaciones reconocidas por la administración. Se trata de una circunstancia sin precedentes en el ámbito musical de la Comunitat Valenciana, que marca una tendencia que ya no debería tener marcha atrás. La manera más adecuada y coherente de hacer frente a los retos de futuro es hacerlo a través de la cooperación y el consenso colectivo que sea representativo. Así nos lo han demostrado en otros territorios, como Euskadi, Cataluña o en cualquier país europeo, y así se ha hecho siempre en el resto de los ámbitos productivos a lo largo de la Historia.

---

**Veníamos de un período histórico en el que un individualismo feroz imponía su modelo en un contexto global marcado por las políticas neoliberales de Occidente**

**ARMAND  
LLÁCER**

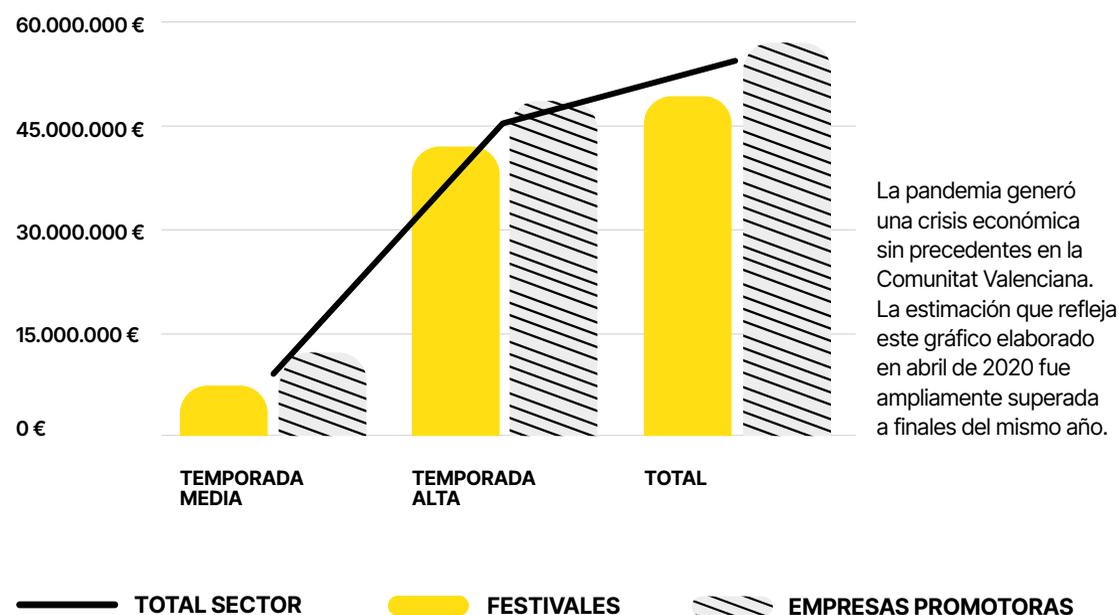
Director de la Fira Valenciana de la Música Trovam!

**EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS MIEMBROS DE LAS ASOCIACIONES PROFESIONALES DE LA INDUSTRIA MUSICAL VALENCIANA (PERÍODO 2013-2023)**

Asociaciones profesionales de la industria musical valenciana	2013	2023
Asociación de Promotores Musicales de la Comunitat Valenciana (MusicaProCV)	6	22
Associació de Sales Privades de la Comunitat Valenciana (En Viu!)	8	20
Valencian Music Association (VAM!) – empresas de management	5	8
Associació de Festivals i Cicles Musicals de la Comunitat Valenciana (Promfest)	0	14
Associació de promotors de grans festivals musicals de la Comunitat Valenciana (Profest)	0	6
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>70</b>

FUENTE: Elaboración propia

**IMPACTO ECONÓMICO DIRECTO DE LA CRISIS SANITARIA COVID-19 EN EL SECTOR DE LA MÚSICA EN DIRECTO, EMPRESAS PROMOTORAS Y FESTIVALS DE LA COMUNIDAD VALENCIANA**



FUENTE: Elaboración propia

En la consolidación de estos colectivos tuvo un rol fundamental la maldita pandemia que, entre 2020 y 2022, sacudió al mundo entero, puso en peligro de manera muy directa la supervivencia de las empresas musicales y evidenció la vulnerabilidad del tejido industrial creativo de nuestro país. Aquel momento determinó el agrupamiento de las principales asociaciones creadas en años anteriores en la Federació Valenciana de la Indústria Musical (FEVIM) en 2021. Bajo este paraguas, con sus órganos de gobierno y su reglamento de funcionamiento, se inició un camino de desarrollo de acciones que recientemente ha desembocado en la creación de una oficina en colaboración con la dirección adjunta de Música y Cultura Popular Valenciana del Institut Valencià de Cultura. La Valencian Music Office es un proyecto que, con un modelo público-privado, está impulsando una serie de iniciativas que pretenden alinear a agentes, establecer objetivos, líneas de trabajo y calendarios de ejecución. En definitiva, seguir el camino de consolidación de una industria musical que ya empieza a ganar entidad y reivindica su papel en la construcción de la sociedad.

En este sentido, la creación del presente *Anuario de la Música Valenciana* es una de las acciones que se están poniendo en marcha para analizar en profundidad la situación del sector y poder tomar decisiones acertadas para encaminar el futuro. También se ha creado un directorio de empresas valencianas, heredero del antiguo *Catálogo de Música Valenciana*, que dibuja un mapa completo de los agentes que forman parte de la industria musical en la Comunitat y facilita su identificación e interconexión. Asimismo, se ha iniciado un proyecto de exportación musical que ha comenzado con la participación en algunas de las ferias más importantes del sector en el ámbito estatal e internacional.

**La Fira Trovam, lugar de encuentro y catalizadora de acciones**

La consolidación de la Fira Valenciana de la Música Trovam - Pro Weekend como punto de encuentro ha sido, sin dudas, uno de los hitos más importantes de un sector que continúa luchando por formar parte plena de la economía productiva de nuestro territorio. Ya van 10 años de actividades profesionales, presentaciones de proyectos y difusión del talento musical valenciano. La Fira inició su trayectoria de la mano de un conjunto de empresas musicales de management que, bajo la denominación de Valencian Music Association (VAM!), marcó la senda que están siguiendo el resto de colectivos profesionales.

En estos 10 años se ha establecido una red de alianzas del sector con otras ferias y con organizaciones profesionales que ha permitido validar en nuestro territorio un modelo que se aplica en la mayoría de los países del primer mundo donde la Cultura desempeña un papel relevante.

**Valencian Music Office: una herramienta de desarrollo del sector**

En consonancia con modelos similares de otros territorios, la FEVIM está marcando una línea de trabajo que ya ha dado sus frutos: la creación reciente de esta oficina técnica que apoye a sus socios, impulse proyectos y actúe de intermediaria entre las empresas y la administración resulta de gran importancia si queremos desarrollarnos como sector de forma ordenada. Su vertebración comenzó a tomar forma a mediados de 2022 y está siguiendo un itinerario de acciones relacionadas con el desarrollo del sector.

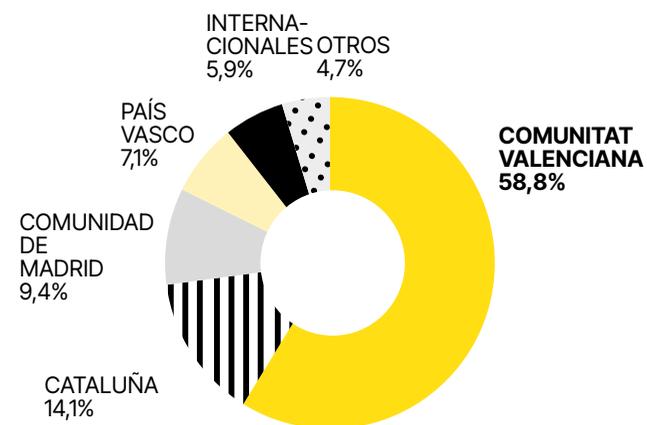
Desde la Valencian Music Office se están vertebrando diferentes proyectos que vehiculan las asociaciones que forman parte de la FEVIM. Además, se están impulsando otros que resultan imprescindibles en la consolidación y fortalecimiento de la industria.

**EVOLUCIÓN DE LOS PRINCIPALES INDICADORES DE CRECIMIENTO DE LA FIRA TROVAM (PERÍODO 2019-2022)**

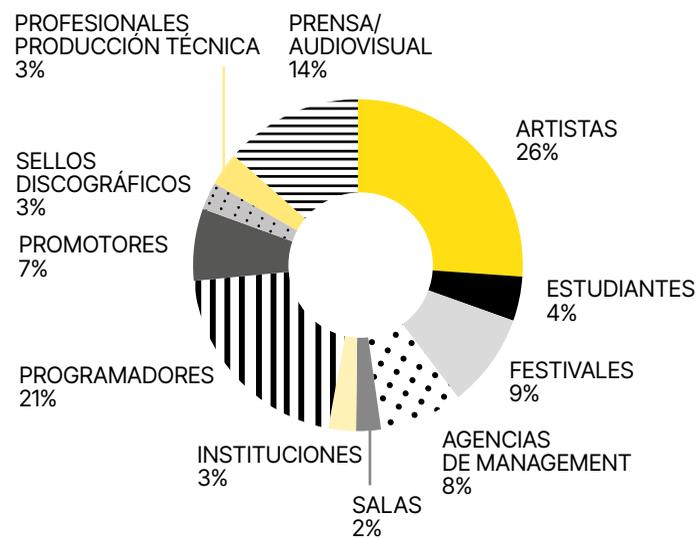
	2019	2020	2021	2022
ASISTENTES	15.000	3.000	6.000	12.000
INSCRIPCIONES PROFESIONALES	550	560	612	633
ACTUACIONES	58	35	43	47

○ FUENTE: Fira Trovam

**PROCEDENCIA DE LOS ASISTENTES EN LA EDICIÓN 2022**

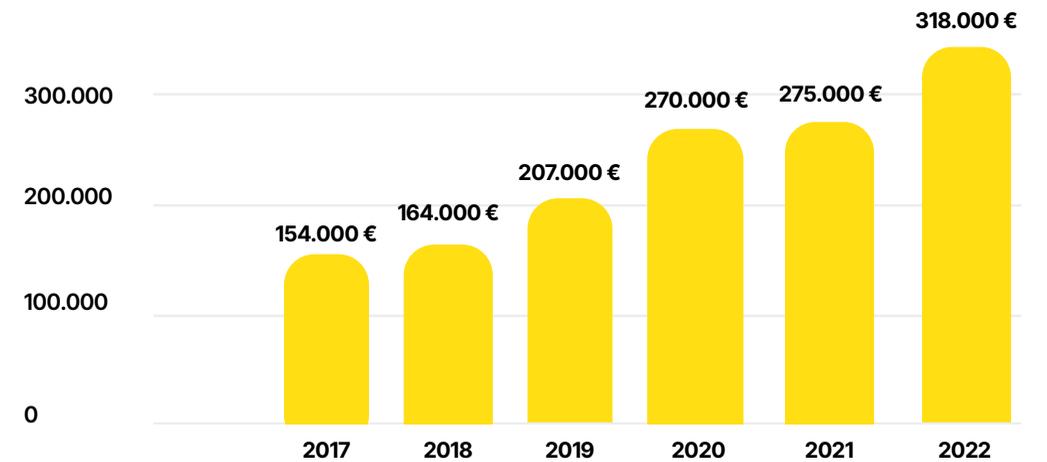


**PERFIL DE LOS ASISTENTES EN LA EDICIÓN 2022**



○ FUENTE: Fira Trovam

**EVOLUCIÓN DEL PRESUPUESTO TOTAL DE LA FIRA TROVAM (PERÍODO 2017-2022)**



○ FUENTE: Fira Trovam



☑ Conversación con Amparo Llanos (Dover) en la Fira Trovam, 2022. Foto: Clàudia Marconell



☑ Chimo Bayo en las Jornadas Tiim (Turismo & Industria Musical), 2022.  
Foto: Claudía Marconell

**La manera más adecuada y coherente de hacer frente a los retos de futuro es hacerlo a través de la cooperación y el consenso colectivo**

## La importancia del turismo musical

En 2022, las visitas de turistas internacionales a la Comunitat han comenzado a recuperar los niveles prepandemia. Así, se han superado los 8,6 millones de visitas con un gasto global de más de 10.000 millones de euros en nuestro territorio. Es un dato que marca la importancia capital del Turismo como motor de la economía y el crecimiento. En sus estrategias de diversificación del producto turístico y de ampliación de mercados, Turisme Comunitat Valenciana ha incorporado en su *Plan Estratégico Global 2020-2025* nuevas líneas de trabajo que incluyen el turismo musical. Este documento es muy importante porque recoge las actuaciones para promover la calidad, la innovación, el desarrollo y la difusión de la oferta turística de la Comunitat. La inclusión del turismo musical es una iniciativa pionera en España que ha sido acompañada por la creación de la marca *Mediterranean Musix* y sus diferentes variantes, asociadas a festivales y eventos musicales en su capacidad de dinamización turística, con líneas presupuestarias específicas, convenios directos de colaboración y ayudas anuales de concurrencia competitiva.

La inversión por parte de Turisme Comunitat Valenciana en 2022 ha sido de 2,5 millones de euros en ayudas destinadas al impulso de eventos musicales, deportivos y culturales de impacto turístico, y de 990.000 euros en líneas nominativas destinadas a la promoción de la música y las artes escénicas.

Actualmente, acogidos a la marca *Mediterranean Musix* hay un total de 136 eventos musicales y 128 empresas promotoras en la Comunitat Valenciana. Son datos que dan una idea clara de la estrategia que ha puesto en marcha la administración autonómica para el impulso del turismo musical y de la amplia participación del sector.

En este contexto, al igual que otros colectivos profesionales (Promfest, Profest, Fotur...) la Asociación de Promotores Musicales (MusicaProCV) ha desarrollado un convenio de colaboración con Turisme Comunitat Valenciana para participar en ferias y convocatorias profesionales relacionadas con el turismo, así como para la organización

de las Jornadas Tiim (Turismo e Industria Musical). Se trata de un seminario profesional diseñado para conectar los ámbitos turístico y musical y explorar las posibilidades de desarrollar estrategias conjuntas a medio y largo plazo. En cada convocatoria se analizan temas relacionados con aspectos diversos que afectan a nuestro futuro inmediato, como la sostenibilidad y el respeto al medio ambiente, el uso de la tecnología en la mejora de la eficiencia y la experiencia de los usuarios, las ciudades musicales, el desarrollo de los festivales intelectuales, o la importancia de la recogida y análisis de datos en los procesos de mejora de la oferta turístico-musical.

## Los circuitos musicales y su visibilización

Asimismo, desde la asociación de salas En Viu y a través de la Valencian Music Office se ha puesto en marcha el *Circuit Viu*. Esta iniciativa musical fue pensada para reivindicar la importancia de las salas de música como lugares insustituibles en la cadena de valor cultural de las ciudades y los territorios. Las salas constituyen, junto con los locales de ensayo, los lugares donde nace el talento. Cuando una banda aparece en el *Line Up* del cartel de un festival, un teatro o un auditorio, su trayectoria se ha consolidado tocando en las salas. Este circuito nació como revulsivo frente a una pandemia que estuvo a punto de hacer desaparecer a buena parte de las salas musicales valencianas. En las tres ediciones de este circuito han actuado más de medio centenar de bandas y se han dinamizado 22 salas de Valencia, Castellón y Alicante. Es, por tanto, una iniciativa que genera cohesión y visibilidad.

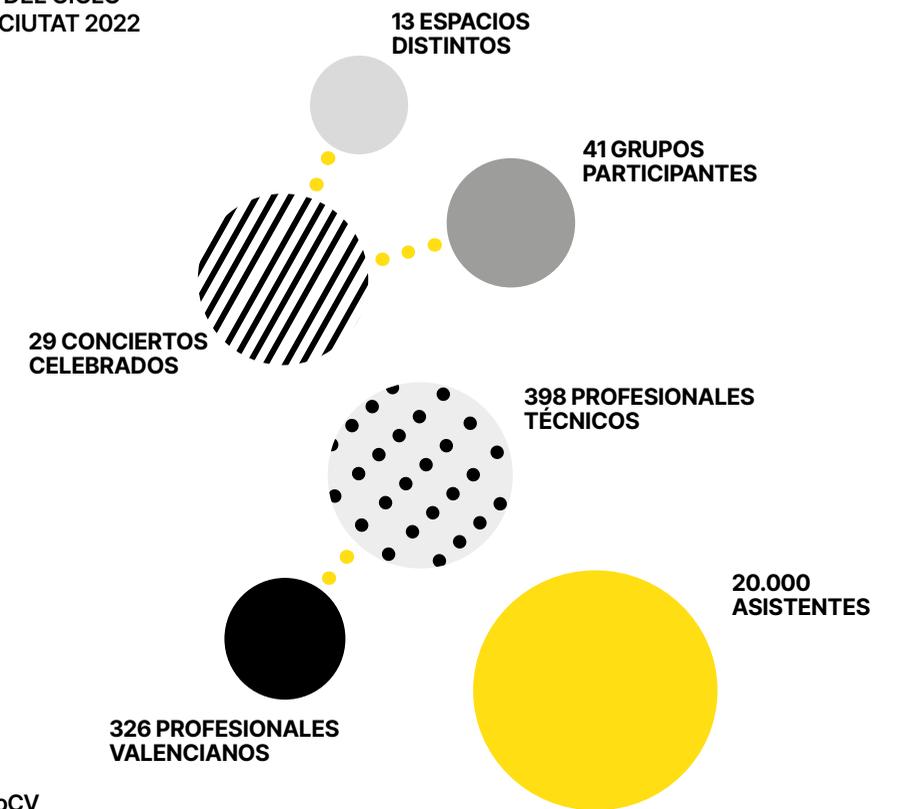
Por otro lado, desde la concejalía de Cultura del Ayuntamiento de València y en colaboración con MusicaProCV se ha impulsado el proyecto *Viu la música a la ciutat* como medida de apoyo y dinamización del tejido musical del *Cap i Casal*. Con este proyecto se ha reforzado la imagen de salas y recintos urbanos donde se celebran conciertos, se ha estimulado el consumo cultural y se ha ayudado a mantener el tejido creativo y productivo de la cadena de valor musical en la ciudad.



☑ Concierto de Badlands en la sala Loco Club de València.  
Foto: Veronikaz Psicodelic

**El presente Anuario de la Música Valenciana es una de las acciones que se han puesto en marcha para analizar en profundidad la situación del sector y poder tomar decisiones acertadas para encaminar el futuro**

#### PRINCIPALES CIFRAS DEL CICLO VIU LA MÚSICA A LA CIUTAT 2022



○ FUENTE: MusicaProCV

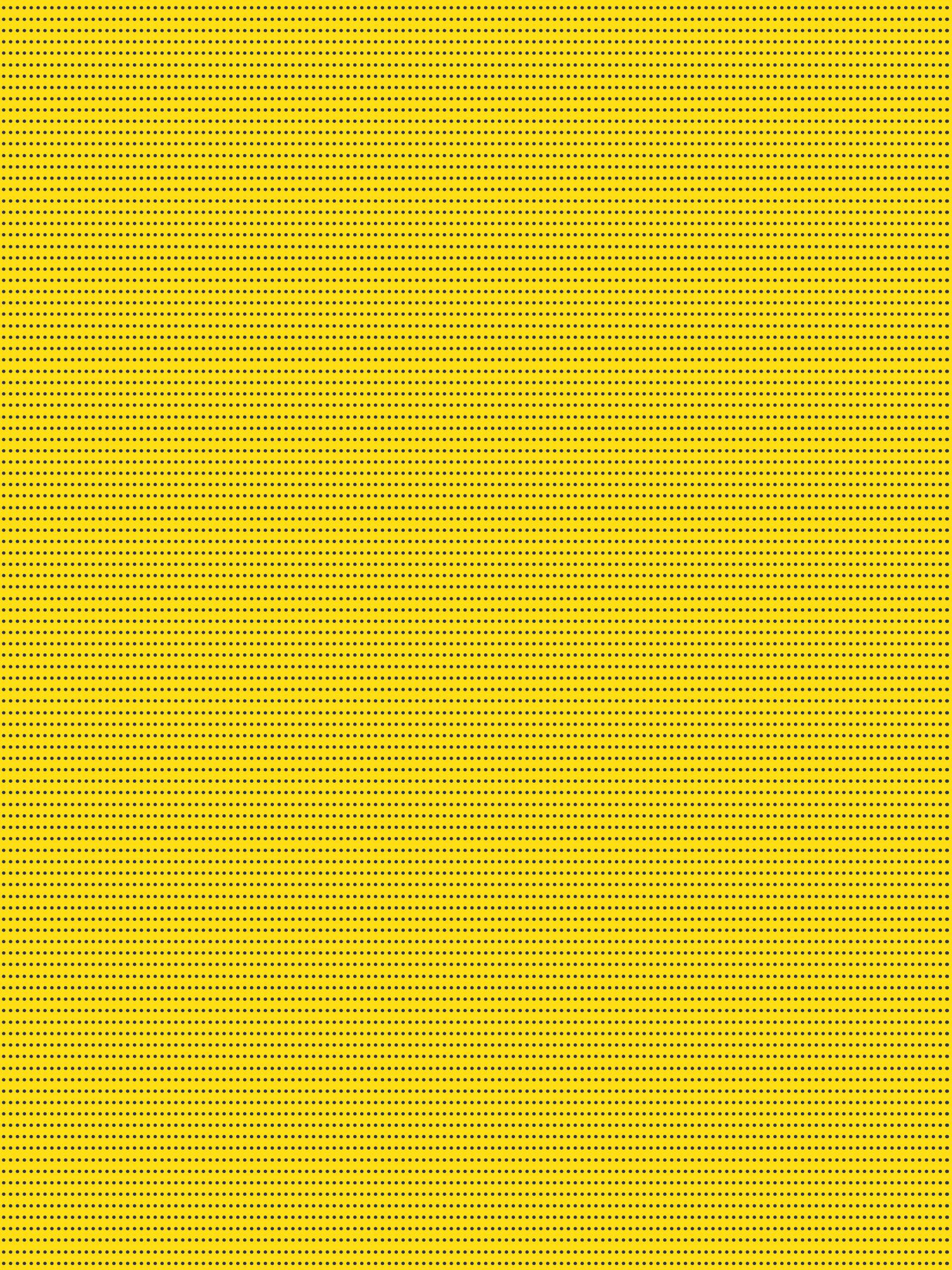
### Mirando al futuro. La necesidad de horizontes

Es importante destacar que estas iniciativas sólo tendrán sentido si encuentran continuidad y se afianzan en el tiempo, junto a otros proyectos que coexisten y aún otros que irán apareciendo posteriormente. Una vez organizado y reconocido el sector, una vez marcados los objetivos y visibilizadas las necesidades, resulta imprescindible continuar trabajando para encarar el futuro. Todavía estamos en los inicios de un proceso que debe evolucionar y adaptarse a un mundo en continuo cambio.

Quedan pendientes cuestiones fundamentales que en estos años no hemos sido capaces de resolver, como la falta de recintos musicales con condiciones adecuadas para la producción de eventos musicales que puedan impulsar una mayor inversión en el sector; la inseguridad jurídica y la complejidad administrativa en la tramitación de licencias; la necesidad de trabajar de forma regular y de forma transversal con el resto de consellerías, como Hacienda, Economía Sostenible

y Sectores Productivos o el Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial, de manera que podamos formar parte real de una estrategia general económica. La necesidad de adaptar los planes estratégicos diseñados por Cultura y que puedan estar conectados con el día a día del sector; la creación de empleo estable en el ámbito creativo con perspectivas de continuidad, de forma que se puedan establecer objetivos a medio y largo plazo; la mejora en la dotación y la orientación de las ayudas e incentivos al sector; así como la participación activa en la gestión de unos fondos europeos que parecen estar pasando por nuestro lado sin darnos cuenta.

Pero, sobre todo, necesitamos generar un corpus analítico que proyecte una imagen clara de nuestra realidad. Un sistema de recopilación y análisis de datos que permita analizar los puntos fuertes y los aspectos a mejorar y que saque a la luz el valor de la música en términos económicos y ocupacionales. En definitiva, que nos dé argumentos medibles para que podamos seguir reivindicando la música en directo como una actividad necesaria e imprescindible en el desarrollo de las personas y la sociedad.

A vertical yellow bar with a fine dotted pattern occupies the left half of the page.

**CUADERNOS  
FOTOGRAFICOS  
DE XEPO W.S.  
Y NEREA COLL**

# XEPO W.S.

LA ECLOSIÓN DE UNA ESCENA







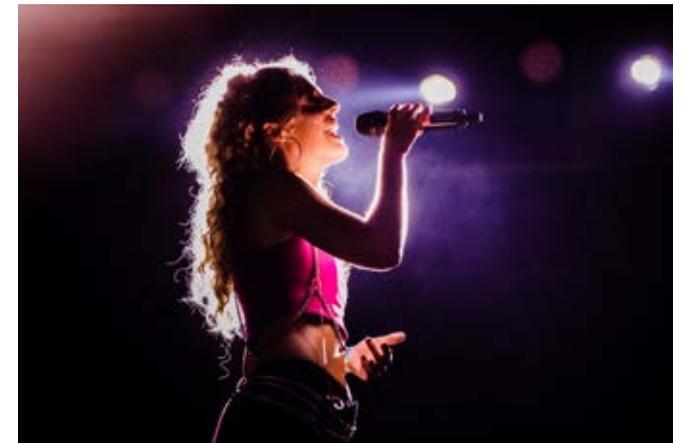




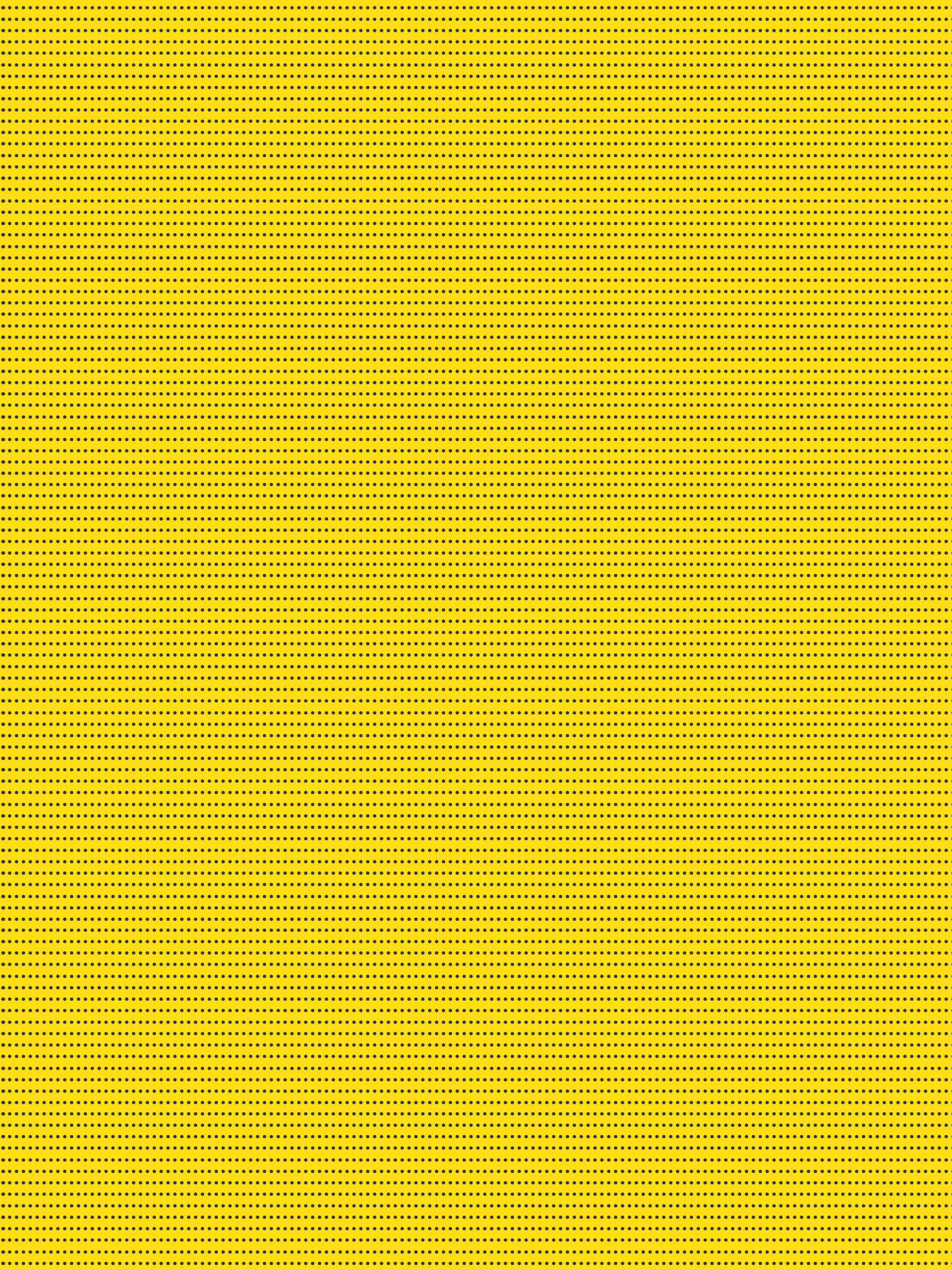












# **NEREA COLL**

PÁLPITOS, CONEXIÓN, CELEBRACIÓN  
Y MÚSICA

