



Música oral del Sur

Revista Internacional

Nº 8. Año 2009 bianual

Los espacios de la música

CONSEJERÍA DE CULTURA

Centro de Documentación Musical de Andalucía

Música Oral del Sur es una revista internacional dedicada a la música de transmisión oral, desde el ámbito de la antropología cultural aplicada a la música y tendiendo puentes desde la música de tradición oral a otras manifestaciones artísticas y contemporáneas. Dirigida a musicólogos, investigadores sociales y culturales y en general al público con interés en estos temas.

Presidente y Fundador

REYNALDO FERNÁNDEZ MANZANO
(Director del Centro de Documentación Musical de Andalucía)

Director Científico

MANUEL LORENTE RIVAS
(Observatorio de Prospectiva Cultural. Univ. Granada - HUM 584)

Presidente del Consejo de Redacción

JOSÉ ANTONIO GONZÁLEZ ALCANTUD
(Universidad de Granada)

Consejo de Redacción

Ángel Medina (Universidad de Oviedo)
Josep Martí (Consell Superior d'Investigacions Científiques - Barcelona)
Manuel Martín Martín (Cátedra de flamencología de Cádiz)
Francisco Vargas (C. Educación y Ciencia de Andalucía - Málaga)
Alberto González Troyano (Universidad de Sevilla)
Juan Carlos Marset (Universidad de Sevilla)
Elsa Guggino (Universidad de Palermo - Italia)
Sergio Bonanzinga (Universidad de Palermo - Italia)
Marina Alonso (Fonoteca del Museo Nacional de Antropología, INAH - México DF)
Frédéric Saumade (Universidad de Provence Aix-Marseille - Francia)
Samira Kadiri (Directora de la Casa de la Cultura de Tetuán - Marruecos)

Consejo Asesor

Carmelo Lisón Tolosana (Real Academia de Ciencias Morales y Políticas - Madrid)
Mohamed Metalsi (Instituto del Mundo Árabe - París)
Bibiana Aído (Ministra de Igualdad - Madrid)
Olga de la Pascua (Directora del Centro Andaluz de Flamenco)
Enrique Moratalla (Director del Centro Cultural para la Memoria de Andalucía)
Juan Manuel Suárez Japón (Rector de la Universidad Internacional de Andalucía)
Manuel Ríos Ruiz (Cátedra de flamencología de Jerez de la Frontera)
Tomás Marco (Academia de Bellas Artes de San Fernando - Madrid)

Secretaría del Consejo de Redacción

MARTA CURESES (Universidad de Oviedo)

Secretaría Técnica

MARÍA JOSÉ FERNÁNDEZ GONZÁLEZ - IGNACIO JOSÉ LIZARÁN RUS

Edición

CARLOS ARBELOS

Diseño

JUAN VIDA

Fotocomposición e impresión LA GRÁFICA, S.C.AND. GRANADA

Depósito Legal: GR-487/95 • **I.S.S.N.:** 1138-8579

Edita © JUNTA DE ANDALUCÍA. Consejería de Cultura.
Centro de Documentación Musical de Andalucía

La gestión del arte flamenco o el flamenco como industria.

Paco Vargas

Flamencólogo, escritor

Resumen

La industria del flamenco es un negocio que mueve muchos millones de euros y que da trabajo a miles de personas. En este sentido, está por hacer un estudio a nivel institucional que cuantifique y clarifique los aspectos meramente económicos del flamenco. El género flamenco ha ido ganando en consideración social conforme la sociedad ha ido ganando en formación intelectual: una sociedad preparada y sensible al arte es siempre más receptiva que la masa social iletrada o analfabeta. Desde el punto de vista económico, el arte flamenco ha sufrido una transformación que, sin ánimo de exagerar, se puede tildar de revolucionaria: la verdadera dignificación del flamenco comenzó con la llegada de la democracia en España, pero también la sobrevaloración del arte en sí mismo y, sobre todo, de los artistas.

Palabras clave: industria, instituciones, economía, gestión cultural, peñas flamencas, concursos, festivales.

The Management of Flamenco or the Flamenco as an Industry

Abstract

The flamenco industry moves millions of euros and gives work to thousands of people. For this reason a study at national level that would quantify and analyse the economic aspects of flamenco needs to be carried out. Flamenco has become more socially accepted as society has grown up intellectually: an educated society, sensitive to art, will always be more receptive than the illiterate and uneducated masses. From the economic point of view, flamenco art has undergone a transformation, which, without wishing to exaggerate, could be described as revolutionary.

Flamenco only began to gain in prestige and status with the arrival of democracy in Spain, but it was then that its worth also started to be overestimated, and in particular that of some of its artists.

Keywords: industry, institutions, economy, cultural management, flamenco clubs, contests, festivals.

I. Introducción

Encaro el artículo desde una perspectiva múltiple, pues distintos son los temas que hay que tratar a la hora de hablar de algo tan complejo como las relaciones del flamenco con las instituciones que sostienen lo que se debiera llamar, igualándolo con otras músicas, la industria del flamenco. Negocio que mueve muchos millones de euros y que da trabajo a miles de personas. En este sentido, está por hacer un estudio

a nivel institucional que cuantifique y clarifique los aspectos meramente económicos del flamenco.

No es éste un trabajo en ese sentido, ni es nuestra pretensión decir quién está en lo cierto o cuál es la solución de tan difícil problema, sino que a lo largo de estas páginas queremos dejar opinión sobre cuestiones que están en el aire y que es menester discutir.

Los directores de los grandes festivales flamencos de España y del extranjero se asocian para tratar de encauzar de manera común esta forma de mostrar el arte flamenco, que se ha descubierto como la más idónea, por cuanto aúnan espectáculos, concursos, conocimiento, formación y turismo cultural en el marco de una ciudad durante un período que suele transcurrir entre una semana y un mes. Así ocurre en los que se celebran –de formato parecido, pero características distintas– en Londres, Nimes (Francia), Jerez, Londres, Estados Unidos, Madrid, Barcelona, Córdoba, La Unión, Sevilla, Mont de Marsans (Francia) o Málaga.

Pero ésa es sólo una de la formas de exponer el flamenco, reciente en el tiempo, consecuencia de otras maneras que vienen de lejos –desde los cafés cantantes– y que forman parte del negocio del ocio que es la industria del flamenco: las peñas flamencas, por ejemplo, han ejercido –y todavía lo siguen haciendo, en pequeñas ciudades y pueblos sobre todo– de verdaderos motores económicos del flamenco, pues era –y es– a través de las mismas como se han organizado la gran mayoría de los eventos flamencos de cincuenta años para acá. Al menos en Andalucía. Y de las peñas flamencas se derivan la mayoría de los concursos de arte flamenco y de los festivales veraniegos que se celebran a lo largo del año por toda la geografía española.

De todas esas formas de gestionar el flamenco –tan distintas entre sí– y del papel que juegan las instituciones públicas y privadas tratamos a continuación.

II. El flamenco y las instituciones

Lo de las instituciones públicas y el flamenco es de hace relativamente poco¹. Desde luego, no más de medio siglo si entendemos esta relación de manera continuada y más o menos intensa.

1. Mi relación con la administración cultural andaluza es antigua, casi veinte años, a lo largo de los cuales he colaborado de un modo u otro en calidad de asesor, colaborador, productor, organizador, etc. Y si tuviera que hacer un balance, pues habría de concluir en que éste es positivo dado que las cosas buenas han sido muy superiores a las malas. Amén de los objetivos conseguidos, que siempre fueron los propuestos en un principio, transformados con el tiempo en realidades tangibles que se pudieron disfrutar en su día y que hoy se pueden disfrutar, como sin duda se podrá hacer mañana. Digo esto porque los proyectos en los que estuve inmerso son de características muy distintas: desde la programación de un espectáculo puntual hasta la realización de un ciclo largo de actuaciones, pasando por la producción de obras discográficas o la puesta en marcha de talleres de cante, guitarra, baile o percusión. Sin dejar de mencionar la dirección de cursos dirigidos esencialmente a profesores, alumnos universitarios o aficionados en general. Recuerdo que fue en los primeros años noventa del siglo de las luces flamencas cuando, desde el Seminario Permanente del Flamenco en la Escuela, tuve el primer contacto con la Administración Pública (Consejería de Educación-CEP de la Costa del Sol) Ahí nació un hermoso proyecto, “El flamenco al cole”, que duró diez años y que sirvió para acercar al profesorado de la Costa del Sol y del Valle del Guadalhorce al flamenco para que sirvieran de correa de transmisión de saberes jondos para sus alumnos y alumnas. Parte de los resultados obtenidos están recogidos en un libro –aún sin publicar– del mismo título donde se recoge teoría y práctica de la enseñanza del flamenco en la escuela.

Aunque es desde la llegada de la democracia cuando las administraciones públicas ejercen un papel decisivo en el fomento del arte flamenco, de tal modo que casi todo lo relativo a la estructura industrial y comercial del mismo ha estado mediatizado de una manera u otra por lo público en detrimento de lo privado. Y en esto ha dado igual que el poder estuviera en manos de la izquierda, el centro o la derecha; aunque es bien cierto que entre los distintos conceptos ideológicos de la cultura –del flamenco– hay sensibles diferencias éticas y estéticas. Si echamos la vista atrás, y nos trasladamos en el tiempo hasta los comienzos del período democrático, recordaremos con meridiana claridad cómo las instituciones públicas apoyaban al arte flamenco –con todas sus variantes y opiniones– de manera decidida y hasta con exceso en algunos casos.

Cuando entonces sucedió el nacimiento de eventos de mucha importancia, como fue el caso de la Bienal de Flamenco de Sevilla (1980), que sigue siendo una cita obligada cada dos años para los flamencos en particular y para los amantes de la música en general, de todo el mundo, y lugar de encuentro y exposición de nuevas propuestas escénicas y musicales flamencas. De tal modo que, sin ánimo de provocar la envidia, ni caer en superfluos chovinismos, hoy, tratando de ser justos y rigurosos, hemos de admitir sin tapujos que existe una linde que señala el antes y el después en la exposición y difusión masiva del arte flamenco. La Bienal de Flamenco de Sevilla es la marca.

Dada mi condición de presidente de la Federación de Peñas Flamencas de Málaga y miembro del Congreso de Arte Flamenco, que fui durante muchos años, no desaproveché la ocasión para imbricar a las distintas administraciones en la organización y patrocinio de actividades y producciones generadas tanto por una como por otro. Así las cosas, conseguí que Enrique Morente asistiera como artista invitado por primera vez a un Congreso de Arte Flamenco –dominado desde siempre por las mentes más conservadoras del mundo flamenco–. Esto ocurrió en el celebrado en Estepona, en 1994, año en el que dirigí mi primera producción discográfica, “Málaga Cantaora. Selección Antológica”, una completa muestra de los cantos malagueños, interpretados por artistas de la tierra. Ahí estuvieron, junto a mí, la Diputación Provincial de Málaga –siendo Diputada de Cultura la actual Consejera Rosa Torres– y Canal Sur Radio.

En 1999, de nuevo con el patrocinio de la Diputación de Málaga, inicié una colección que, con un nombre u otro, siempre persiguió un objetivo claro: rescatar del olvido a viejos cantaores malagueños que habiendo tenido una importancia cierta en el nacimiento y evolución de estilos flamenco, tuvieron “la mala suerte” de ser contemporáneos de las grandes figuras del momento: son los llamados por mí “Los ilustres olvidados”. El primero fue José Joaquín Vargas Soto “El Cojo de Málaga”. Luego, de la mano de un encargo del Ayuntamiento de Mijas, llegaría el libro-disco sobre el cantaor Juan de la Loma. Y un año más tarde, el CD dedicado al cantaor de Benamargosa “Niño de Vélez”, éste con el apoyo de la Consejería de Cultura (Delegación de Málaga). Y con el patrocinio de esta misma institución se grabó el CD dedicado a Sebastián Muñoz “El Pena” y José Muñoz “Pena hijo”, titulado “Viejas Voces Flamencas de Málaga. Los Pena”, última obra, por ahora, de la serie. La idea, en fin, de la colección no es otra que la de traer al flamenco del XXI a parte de los artífices del flamenco del XX que fueron en Málaga, pero que hoy muchos de ellos están casi olvidados.

En cuanto a mi relación con el mundo de las Peñas Flamencas, he de destacar la consolidación de la Federación de Peñas Flamencas de Málaga, de cuya estructura organizativa han salido y se han consolidado proyectos tan hermosos cuales son: los Circuitos “Artistas de Málaga”, los Encuentros de Peñas Flamencas, el Encuentro Internacional de Peñas Flamencas, los talleres de cante, guitarra, baile y percusión, el circuito “El flamenco es cosa de jóvenes”, las producciones discográficas y literarias de las distintas Peñas Flamencas que pertenecen a la Federación, etc. Amén de nuestra activa participación en la Confederación Andaluza de Peñas Flamencas.

Mi pertenencia durante muchos años a la organización del Congreso de Arte Flamenco –que ha ido cambiando de nombre en el transcurso de su larga vida– me llevó a luchar hasta el cansancio por conseguir que el citado evento tuviera una seriedad y un prestigio nacional e internacional que lo convirtiera en un referente intelectual para las instituciones públicas, que siempre aportaron la parte económica más importante para su realización. Algo se consiguió, aunque a fuer de sinceros he de admitir, no sin cierta pena, que hoy por hoy los Congresos de Arte Flamenco no pasan de ser un reunión de amiguetes que semejan más una excursión de jubilados que un encuentro de estudiosos del arte flamenco.

También de aquel tiempo (1984) es la Cumbre Flamenca de Madrid (Festival Caja Madrid), en el teatro “Alcalá Palace”, que en la actualidad se sigue celebrando aunque en escenario distinto, el teatro “Albéniz”, pero sigue siendo patrocinado por la misma entidad financiera. Ambas celebraciones y otras que quisiéramos nombrar, quizá de importancia menor, cual es el caso del Festival de Lo Ferro (Murcia), que se inició en 1980 y aún sigue celebrándose durante la última semana de agosto, nacieron con el apoyo tácito de instituciones públicas y privadas –más de las primeras que de las segundas, dicho sea de paso y en honor a la verdad–. Y mientras el celebrado apoyo fue un hecho, el evento en cuestión continuó, con peor o mejor suerte, su andadura; pero cuando el dinero público dejó de manar los flamencos no hemos sabido encontrar otras vías.

En este sentido, el caso de la Confederación Andaluza de Peñas Flamencas –organizadora, entre otros eventos, del Concurso de Cante Flamenco del que nos ocuparemos luego– es paradigmático por cuanto viene a corroborar lo escrito. Ésta, nacida gracias al empeño de algunos hombres, hoy desaparecidos o alejados del flamenco casi todos, entre los que hemos de nombrar a Paco Vallecillos como gran mentor, se pensó para que fuera la locomotora que tirara del tren cultural y económico que todos veían en el flamenco. Algo que no se consiguió como veremos después.

III. Hacia un cierto dirigismo cultural

No cabe duda, la fuerza de los hechos se impone, de que el arte flamenco, desde un punto de vista social y económico, se encuentra en un momento que, comparado con el de treinta años atrás, se puede calificar de bueno –o muy bueno–. Otra cosa es si nos referimos a lo artístico exclusivamente ¿Será verdad aquello que sostienen los viejos artistas de que para cantar bien hay que pasar fatigas?

El género flamenco ha ido ganando en consideración social conforme la sociedad ha ido ganando en formación intelectual: una sociedad preparada y sensible al arte es siempre más receptiva que la masa social iletrada o analfabeta.

Consecuencia de lo anterior es el cambio que se está produciendo con respecto al público asistente a estos espectáculos: los grandes festivales se nutren esencialmente de un público joven que no es ‘aficionado’ en el sentido clásico del concepto flamenco, sino amante de la música en general; de tal modo, que hoy asisten a un concierto de “Duquende”, “Capullo” de Jerez o Enrique Morente y mañana los vemos escuchando a un grupo de pop, rock, jazz o blues. O en un concierto de música clásica. Sin embargo, raramente los veremos en los festivales veraniegos de Andalucía o en las peñas flamencas que suelen organizarlos.

Justamente al contrario se da el fenómeno entre los aficionados clásicos: éstos no suelen asistir a teatros o salas parecidas donde actúan los artistas de nombre, independientemente de su estética flamenca, seguramente porque se sienten más cómodos en la peña flamenca o en la taberna, el colmao o el tablao, donde es posible la conversación y el vino, sin que esto suponga una falta de respeto, sino que es producto de una tradición, tan hondamente enraizada, que es muy difícil de cambiar.

En el aspecto económico, el arte flamenco ha sufrido una transformación que, sin ánimo

de exagerar, se puede tildar de revolucionaria: la verdadera dignificación del flamenco comenzó con la llegada de la democracia en España, pero también la sobrevaloración del arte en sí mismo y, sobre todo, de los artistas.

Hoy no se mueve nada en el flamenco sin que por medio encontremos al político de turno o al cargo de confianza, nombrado por él. La iniciativa privada está perdiendo la batalla en favor de lo público, entre otras razones porque en el comedero de las instituciones el flamenco ha encontrado un lugar cómodo bajo el paraguas millonario de la hacienda pública.

Esta forma de dirigismo cultural ha propiciado una pléyade de “artistas funcionarios” casi siempre adeptos al poder, que sometidos a la prueba del algodón de su poder de convocatoria, no pasarían la primera criba. No todos, es evidente, pero la verdad objetiva – tomemos como ejemplo no limitativo la segunda edición del festival “Málaga en Flamenco” donde artistas de talla y fama no lograron llenar espacios donde apenas si cabían quinientas personas, aunque es cierto que la organización del citado evento fue nefasta en este sentido– es que son muy pocos los que justifican sus elevados cachés, que se suelen escribir con muchos ceros, cuando su poder de atracción como espectáculo es tan escaso que con las entradas vendidas no habría ni para cubrir los gastos de sonido y cartelaría.

Pero esto, al parecer, no importa a los gestores del dinero público. Nada extraño, por otra parte, pues sabemos que la rentabilidad política importa más que la rentabilidad cultural. Y entre tanto, la iniciativa privada, que es la que debiera llevar las riendas de la industria del espectáculo –y el flamenco lo es–, como suele ocurrir en cualquier actividad de tipo empresarial, ve como sus propuestas son rechazadas una y otra vez a favor de la gestión pública dirigida desde las altas esferas del poder, sea cual sea su ideología o condición.

IV. Las peñas flamencas

Las peñas flamencas, que fueron en sus inicios una alternativa al ‘reservao’ de las ventas, en un afán loable de despojar al flamenco de toda connotación peyorativa, fueron después lugar de encuentro con un papel social importante que prestigiaba a quien pertenecía a ellas. Muchas han sido y son verdaderas instituciones del pueblo o ciudad donde se encuentran. Otras suponen el sitio común donde reunirse con los amigos. Pero todas han contribuido y contribuyen a mantener viva la llama del flamenco.

Desde que Manuel Salamanca, aquel platero tan flamenco fundara, en 1949, junto a un grupo de amigos la Peña “La Platería” en su taller de la calle San Matías, frontera casi del Realejo, uno de los barrios más flamencos de Granada, ha llovido mucho y por lo tanto ya nada es como era, para bien o para mal. Pero sea como fuere, esa lluvia jonda ha ido regando un campo abonado para que las peñas flamencas fueran naciendo y creciendo hermosas, bajo cuya sombra acogieron a todo aquél que tenía que decir o aportar algo para mejora y engrandecimiento del arte flamenco.

Desde entonces las peñas flamencas han crecido vertiginosamente, tanto en cantidad como en calidad. De tal forma, y a pesar de los defectos que se le quieran encontrar, que esta

última época del arte flamenco contada a partir del Primer Concurso de Cante Jondo de Córdoba (1956) –así se llamó en sus principios–, debiera ser denominada, por encima de otras connotaciones, como la “Época de las Peñas Flamencas”.

En torno a las peñas flamencas es donde nacieron excelentes ideas y propuestas. Recordemos, por ejemplo, que el Primer Congreso Nacional de Organizadores de Concursos y Festivales Flamencos –hoy Congreso de Arte Flamenco– es organizado, en 1969, por la peña “Juan Breva” de Málaga, que revistas como “Bandolá” (peña “Juan Breva”), “Flamenco” (Tertulia Flamenca de Ceuta), “Sevilla Flamenca” (Federación Provincial de Peñas Flamencas), revista “El Olivo” (peña “El Olivo del Cante” de Villanueva de la Reina), por citar sólo algunas, nacen de la iniciativa y el esfuerzo de los hombres y las mujeres que entienden las peñas flamencas como verdaderos templos, donde el cante, el baile y el toque son vividos como una auténtica religión a cuya ceremonia acuden con fervor los buenos aficionados.

Todo este trabajo quedaba, sin embargo, un tanto desconocido y falto de coordinación, por lo que se hacía necesaria otra organización que, agrupando a todas las peñas flamencas, canalizara los esfuerzos y reivindicara para ellas el papel de principal sostén del arte flamenco.

Sólo de esta forma las Administraciones Públicas podían tener en cuenta a un colectivo numerosísimo que, con su diario quehacer, contribuía al mantenimiento y difusión de una parte esencial de la cultura andaluza.

Así lo entendieron en Sevilla donde, erigiéndose en vanguardia del asociacionismo peñístico, crearon la primera federación en el año 1977. Después, tras no pocas reuniones y discusiones, se fueron creando el resto de las ocho federaciones provinciales, cuyos representantes, reunidos en la ciudad de Antequera el día 30 de marzo de 1985, constituyeron la Confederación Andaluza de Peñas Flamencas.

Hoy, el mundo de las peñas, agrupado en torno a la Confederación, goza de una mala salud de hierro. Y del trabajo de sus miembros hablan por sí solos los resultados obtenidos a lo largo de estos años: circuitos, intercambios, encuentros, publicaciones de libros y discos, concursos, participación activa en la organización de congresos y otros eventos flamencos, etc. Amén de servir de nexo entre todas las peñas flamencas y de interlocutor válido ante las administraciones públicas, que no acaban de entender el papel fundamental que las peñas flamencas desempeñan en el entramado cultural andaluz.

Desde hace años y desde determinadas instancias se está cuestionando dicho papel, olvidando no sólo el inmenso trabajo realizado sino el que se está realizando en la actualidad. Claro que, este cuestionamiento no viene de aquellos que conocen las peñas flamencas desde dentro y saben la labor callada y altruista de sus mujeres y hombres. Viene de aquellos otros, que movidos por intereses espurios, alimentan la opinión trasnochada de que en las peñas flamencas tan sólo podemos encontrar catetos y bebedores crónicos, cavernícolas, gentes alejadas, por tanto, de las nuevas corrientes flamencas.

Pero lo cierto es que las peñas flamencas han sido y son organismos imprescindibles en el entramado flamenco de antes y de ahora. Su papel en la sociedad que las acoge las hace

ser lugares de encuentro y de comunicación, tan importantes hoy en esta sociedad de las prisas y el desprecio de los valores como el de la amistad y la solidaridad. Como no se puede negar tampoco su papel de escuelas de cuyas aulas han salido no pocos artistas que hoy son y están.

Las casi trescientas peñas flamencas que pertenecen a las ocho Federaciones provinciales, agrupadas a su vez en la Confederación Andaluza de Peñas Flamencas, llevan años realizando una labor que ha dado muchos y buenos frutos ¿Quién organiza sino la mayoría de los festivales veraniegos, la práctica totalidad de los concursos, los ciclos flamencos, los congresos de arte flamenco, los encuentros de peñas flamencas, los talleres de cante, toque o baile...? ¿Quién da trabajo a los artistas cuando llega el duro invierno? ¿De dónde han salido muchas de las producciones discográficas y/o bibliográficas? ¿De dónde salieron las principales revistas especializadas, ya mencionadas, que fueron y que son?

Refresquemos la memoria—a veces tan débil entre los flamencos—y comprobaremos que detrás de cada pregunta, directa o indirectamente, hay siempre una Peña Flamenca, una federación, o la propia confederación. Es decir, las mujeres y hombres que forman parte de ellas, porque siempre han creído y siguen creyendo que se podía y se puede realizar una labor en pro del arte flamenco imprescindible e impagable, aunque no siempre justamente reconocida cuando no claramente despreciada por parte de las instituciones públicas y privadas.

De las peñas flamencas, en colaboración con entidades públicas o privadas, surgieron las semanas de estudios flamencos—de las que es pionera la Peña “Juan Breva”—, los ciclos de conferencias, las jornadas flamencas, los circuitos, etc., en un intento de llevar hasta los socios menos leídos la teoría del arte flamenco. Todas estas actividades, con sus defectos y sus virtudes, han contribuido al enriquecimiento del propio flamenco y a dotar de cierto toque intelectual a los flamencos, algo que nunca está de más.

El “Primer Circuito de los Cantes Autóctonos”—que no se ha vuelto a repetir, pero que dejó un libro-disco imprescindible como herencia²—es, en este sentido, un ejemplo a seguir en tanto en cuanto demostró cómo las peñas bien organizadas son capaces de conjugar la didáctica con la diversión, gastando poco y obteniendo unos resultados que se podrían calificar de buenos.

No debemos pasar por alto el intento por parte de la administración de llevar el flamenco a la escuela. Pero no podemos olvidar tampoco que esa reivindicación nace en las peñas flamencas, cuyo presidente es algún profesional de la enseñanza, o algunos de sus socios trabajan en ella. La labor de peñas flamencas como la de “Pepe Montaraz”, en Lebrija, “El Cabrerillo”, en Linares, la de Estepona, la “Unión del Cante”, en Mijas, la de “Sierra Blanca”, en Marbella, la de “Tobalo”, en Ronda, o “La Platería”, en Granada, por citar sólo algunas, es digna de elogio y merece el agradecimiento de todos.

2. La caja contiene un libro, “I Circuito Andaluz de los Cantes Autóctonos”, que recoge ocho conferencias sobre los cantes de cada una de las provincias andaluzas, y un doble CD, “Del Andévalo hasta Gata. Por los caminos del cante”, que ofrece una muestra de los citados cantes realizada por cantaores y guitarristas de cada provincia. Fue editado por la Confederación Andaluza de Peñas Flamencas, con el patrocinio de la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía, en 1997.

Incluso hoy, los “Cursos de Iniciación al Flamenco en la Escuela”, que organizan los Centros de Profesores de diferentes comarcas andaluzas, tienen en la mayoría de los casos como colaborador principal, que ofrece sus instalaciones y su infraestructura, a la peña flamenca del lugar donde se realizan.

No todo está hecho, es obvio. Como también está claro que aquellos temores iniciales de algunos, que vieron en la Confederación un ente burocratizador y dirigista, castrador de ideas y libertades, están disipados. El machadiano verso “Se hace camino al andar” debe ser, más que nunca, el lema de todas las peñas flamencas que, ayer como hoy –adaptadas a los nuevos tiempos–, tienen la imprescindible misión de continuar siendo un baluarte invencible en la defensa y conservación del arte flamenco.

Sin embargo, los tiempos cambian y las peñas flamencas no pueden estar de espaldas al tiempo que les toca vivir. Hoy las peñas están viejas: la edad media de sus socios ronda entre los cincuenta y sesenta años y la juventud brilla por su ausencia.

Una de dos: o damos entrada a los más jóvenes, haciendo más abiertas, participativas y atractivas nuestras peñas, o éstas corren el serio peligro de morir por envejecimiento de su masa social. Así mismo, se ha de cambiar la tendencia endogámica de las peñas flamencas. Algunas son verdaderos cenáculos donde sólo un escogido grupo tiene acceso. De esta forma viven de espaldas a la sociedad que las acoge y en la cual están inmersas.

Las peñas flamencas, hoy más que nunca, tienen que ser centros culturales de la localidad donde se encuentren. Su incardinación en la sociedad de la que forman parte debe ser total. Deberían estar abiertas a otros colectivos sociales y culturales para, de esta manera, no caer en un aislamiento que perpetúe los ancestrales tópicos que en nada las beneficia. Las peñas flamencas, con las condiciones precisas, han de ser lugares donde, a falta de otros, se exponga la cultura, toda la cultura, sea ésta o no flamenca.

De esta manera, y sólo así, se establecerá una enriquecedora relación entre los flamencos y los que todavía no lo son que nos llevará a dos consecuciones efectivas: acercar al flamenco personas sensibles al hecho artístico que por desconocimiento o reparo nunca estuvieron próximas a él; y dos: cultivar a los flamencos en otras manifestaciones culturales, que siempre viene bien.

En el aspecto económico, un informe, realizado hace años por la Confederación Andaluza de Peñas Flamencas³, sobre cuantificación de gastos de funcionamiento de 186 peñas, que entonces estaban asociadas, nos revela que el total estimado de dichos gastos ascendía a casi trescientos millones (de las antiguas pesetas) durante un año. Lo cual nos da una idea del volumen de negocio que generan; aunque hoy, esa cifra, habría que elevarla considerablemente puesto que el número de éstas es notablemente mayor y todo es más caro: los cachés de los artistas, por ejemplo, han sufrido una variación al alza de más del cien por cien en algunos casos.

Por eso se hace necesaria una renovación, también en lo económico, que busque canales propios de financiación, o que la administración de los que ya existen se haga de una manera más racional. Tres posibles vías de financiación aparecen para sufragar estos gastos: la masa social de las propias peñas, las administraciones públicas y las entidades privadas.

3. Archivos de la Confederación Andaluza de Peñas Flamencas.

Los miembros de una peña no acabamos de convencernos de que el flamenco cuesta dinero y que solamente con nuestro esfuerzo económico se puede mantener una institución de este tipo, tanto más si pretendemos mantenerla autónoma y libre de cualquier injerencia sea ésta del tipo que sea.

Desde las peñas flamencas nos quejamos continuamente del poco caso que las distintas administraciones públicas hacen al arte flamenco; pero en honor a la verdad esto no es del todo cierto. Es cierto, sin embargo, que al dinero gastado no se le saca la rentabilidad precisa por falta de coordinación, unas veces, o porque no existe un asesoramiento riguroso, otras; aunque si sumáramos las cantidades que aportan Ayuntamientos, Diputaciones, Consejería de Cultura, Ministerio, etc. obtendríamos una cifra que distribuida racionalmente, a través de instituciones esencialmente flamencas como la Confederación Andaluza de Peñas Flamencas y sus ocho Federaciones, se conseguirían unos resultados sensiblemente mejores, tanto en cantidad como en calidad.

En una sociedad de economía libre de mercado, lo privado tiene una importancia capital en todos los órdenes de la vida. El arte flamenco no puede vivir de espaldas a esta realidad y, lo mismo que otras artes, debe buscar apoyos económicos en entidades y empresas privadas que, sensibles a las artes en general, dedican parte de sus presupuestos a la subvención de eventos culturales. En este sentido, existen precedentes, de los que nos debíamos sentir deudores, como son los de Coca-Cola (Semanas de Estudios Flamencos), Cruz Campo (Compás del Cante), la Caja de Ahorros de Jerez (Edición de colecciones discográficas), la Caja San Fernando –ahora Cajasol– (Ciclos “Conocer el Flamenco” y “Jueves Flamencos”), la Fundación Banesto (Patrocinio de espectáculos, como “La Fragua del Tío Juane”), Cajasur (Edición de libros y discos y subvención de eventos flamencos), Caja Granada (Subvención de eventos flamencos), Unicaja (Colaboración en actividades flamencas), La Caixa (“Los jueves de la Caixa” en Málaga), Caja Ávila (Ciclos Flamencos), Caja Madrid (que tiene su propio festival), la CAM (“Cumbre Flamenca” de Murcia), BBK (Ciclos de conferencias), etc.. Es éste un camino aún por recorrer, que las peñas flamencas apenas si han iniciado.

Hasta aquí el análisis, no exhaustivo aunque sí orientador, del mundo de las peñas flamencas en Andalucía que no persigue otro objetivo sino el de conocer mejor un colectivo trabajador, altruista y solidario, sin el cual el arte flamenco no estaría a la altura que encuentra.

V. Los concursos

Primero fue Granada. Un buen propósito, no exento de encanto ni de ingenuidad, que se quedó más en la forma que en el fondo, pues casi ninguno de los objetivos perseguidos se lograron. Entre otras razones porque ni el “cante primitivo andaluz” estaba en trance de desaparecer ni los concursantes estuvieron a la altura, si bien se descubrió una nueva voz –la de Manuel Ortega Juárez “El Niño de Caracol”, que hubiera sido lo que fue con o sin concurso– y se recuperó la voz de un viejo –la de Diego Bermúdez Cala “El Tenazas de Morón”, que nos enseñó cantes y estilos desde entonces dados por buenos–, que tras el concurso siguió siendo lo que era: un cantaor que hasta entonces había pasado sin pena ni gloria.

Después fue Córdoba –entre aquél y éste hubo otros, alguno de la importancia del que le otorgó la “Llave de Oro del Cante” a Manuel Jiménez Martínez de Pinillo, “Manuel Vallejo”.

En él, en la edición de 1962, también se concedió otra “Llave de Oro del Cante”, esta vez al Ilustrísimo Señor Don Antonio Cruz García, Antonio Mairena.

El Concurso Nacional de Arte Flamenco de Córdoba diseñado en sus inicios –año 1956– a imagen y semejanza, en lo formal y en lo ideológico, del ideado por Manuel de Falla en Granada en 1922, es hoy por hoy uno de los “flamencómetros” –en expresión que tomo prestada del recordado amigo Rafael Morales– que debieran servirnos de guía de calidad del arte flamenco actual. Por él han pasado la práctica totalidad de los que han sido y siguen siendo artistas del cante, de la guitarra o del baile.

Perdura en el tiempo y aún sigue siendo cita obligada cada tres años, aunque, todo hay que decirlo, ya no con la entidad ni con la intensidad de antaño, quizá porque su capacidad de proyección ha disminuido y también porque los artistas jóvenes –que debieran ser sus potenciales concursantes–, con buen criterio, prefieren la preparación y el trabajo diario como método ideal para su entrada en el *Parnaso* flamenco.

A pesar de todo, nos llama agradablemente la atención el hecho de que en sus últimas ediciones se haya apostado por los jóvenes y por las propuestas artísticas flamencas menos conservadoras y más arriesgadas. Si bien es cierto, que en su última edición la calidad ha bajado notablemente si nos atenemos a los resultados finales.

Probablemente porque el arte flamenco, como cualquier arte, está sujetos a ciclos y en éste no haya más cera que la que arde. Quizá porque los potenciales concursantes no vean en él la plataforma de lanzamiento que fue en otros tiempos. Tal vez porque haya que someterlo a una profunda revisión. Doctores tiene el flamenco.

El Festival Internacional del Cante de las Minas de La Unión, año tras año marca la pauta. Y, siendo de características distintas al de Córdoba, le ocurre, sin embargo, algo parecido pues similares, en cantidad y en calidad, son los artistas que concurren en el apartado competitivo. Si bien, su entronque socio-cultural y el triunfo en sus últimas ediciones de artistas como Mayte Martín, Miguel Poveda, Javier Latorre, Paco Javier Jimeno, Daniel Casares, Manuel Cuevas, María Ángeles Gabaldón, Antonio Rey, Fuensanta “La Moneta”, Miguel de Tena o Juan Pinilla han supuesto un relanzamiento del certamen.

Este hecho, unido a la gran oferta flamenca tanto por el nivel de los espectáculos como por sus muchas y variadas actividades paralelas, ha procurado el afianzamiento definitivo de este festival que, cumplidos los cincuenta años, encara el siglo XXI renovado y más vigoroso que nunca.

El Concurso de Cante Flamenco de la Confederación Andaluza de Peñas Flamencas, que hasta ahora sólo ha celebrado cuatro ediciones, nació con dos objetivos esenciales: llevar actos a sus peñas y apoyar a los cantaores y a las cantaoras de Andalucía, apostando desde el principio por los nuevos valores. De sus cuatro ganadores, tres han cumplido este último objetivo: Luí Heredia, “El Polaco”; “Joselete” de Linares y Bonela (hijo) son ya profesionales consolidados y reclamados por la afición de toda España.

Todos los demás –los concursos/despensa– están pensados casi exclusivamente para llenar

de actos las peñas flamencas a lo largo de tres o cuatro meses. Pero ninguno ha servido como rampa de lanzamiento al cantaor o cantaora que lo ha ganado. Todos, sin duda, han significado un alivio económico para un grupo de cantaoras y cantaores –los injustamente llamados “profesionales de los concursos”–, que de otra manera no hubieran tenido la oportunidad de obtener. De estos concursos –muchos y variados– poco se puede decir que tenga un significado distinto a la palabra monotonía.

¿Para qué sirven? ¿Qué objetivos persiguen? Desde un punto de vista artístico, para nada; aunque parece obvio que cumplen un papel y deben seguir teniendo su lugar en el calendario flamenco.

De todos ellos, empero, se podría salvar “El Yunque Flamenco”, que organiza la Federación de Entidades Culturales Andaluzas en Cataluña (FECAC); pero para que esa salvación llegue, el bien organizado certamen de los andaluces en Cataluña debe someterse a una profunda renovación que vaya desde la revisión de sus objetivos hasta la decidida apuesta por la juventud. Algo parecido ocurre con el “Concurso Nacional de Tarantas” de Linares, que, pese a ser uno de los más antiguos (1963) no acaba de encontrar su norte definitivo.

Hoy, casi todos, faltos de contenido y de ilusión, necesitan de una renovada concepción que las peñas flamencas, sus principales organizadoras, en su natural adaptación a los nuevos tiempos, deben hacer suya. Pero, con ese nombre o con otro, no deben desaparecer, pues al tiempo que aportan cante, baile y toque asequible económicamente –y de calidad, a veces–, sirven de escenario a los artistas para coger tablas y aprender a sentarse en la silla. Porque lo cierto es que los ganadores, en su mayoría, acaban siendo un nombre más que añadir a la nómina de cantaores y cantaoras que poco a poco se van diluyendo en las aguas flamencas sin dejar una huella indeleble que nos conduzca al placer del espíritu.

Los concursos son otra forma de gestión del flamenco, pues a través de ellos se mueven ingentes cantidades de dinero que sale mayormente de las arcas públicas, aunque es cierto que las empresas privadas suelen ser más receptivas a las peticiones de ayuda que si se trata de otro tipo de evento. La razón puede estar en que al dinero donado se le saca más rentabilidad social y publicitaria, dado que suelen patrocinar premios completos que acaban siendo asociados al nombre del mecenas; mientras que en el patrocinio de otro evento –un festival, por ejemplo– la empresa en cuestión es un nombre más entre los muchos que aparecen en la faldilla del cartel.

A modo de ejemplo, orientación, y restringiendo el dato a la provincia de Málaga, entre la veintena de concursos que tienen lugar a lo largo del año –todos ellos organizados por peñas flamencas, excepto uno que está organizado por el ayuntamiento de la localidad⁴– gestionan una cantidad de dinero que sobrepasa con creces los trescientos mil euros (cincuenta millones

4. Se trata del Concurso de cante flamenco de Frigiliana, pueblo de la Axarquía malagueña. Del resto, cito sólo los que llevan celebrándose al menos diez años consecutivos: Concurso de cante, guitarra y baile “Aniya la Gitana” (Ronda), Concurso de cante y baile “Estepona cantaora”, Concurso de saetas “Sierra Blanca” (Marbella), Concurso de cante flamenco “La Churruca” (Ojén), Concurso de arte flamenco “Villa de Mijas”, Concurso de cante flamenco de Torremolinos, Concurso de cante, guitarra, baile y letras flamencas “Mirando a la Torre” (Alhaurín de la Torre), Concurso de cante flamenco para jóvenes de Campanillas, Concurso de saetas de Málaga, Concurso de cante flamenco Puerta Blanca, Concurso de cante flamenco de Nerja.

de las añoradas pesetas) de los cuales, un ochenta por ciento va a parar a los bolsillo de los ganadores y artistas invitados, mientras que el resto se distribuye en sufragar los gastos de publicidad y difusión, sonido, decorados, jurados, presentación, etc.

Si el dato lo hiciéramos extensivo a toda Andalucía, la cantidad habría que multiplicarla por cinco. Y si saliéramos de sus fronteras recorriendo España, el total sería una cantidad notablemente mayor, que nos abstenemos de dar por no disponer de datos fiables, aunque no sean difíciles de calcular. Datos de los que excluimos los dos grandes concursos –Córdoba y La Unión– por tener unas características propias que los diferencia de los demás que se celebran por toda España.

VI. Los festivales flamencos de verano

Hace aproximadamente cincuenta años que se inventó una forma diferente de exponer el flamenco, que hasta entonces sólo se podía disfrutar en los teatros, cines, plazas de toros, plaza de cualquier pueblo, almacén habilitado para el caso, etc.: los festivales de verano.

Este tipo de espectáculos nació, como consecuencia de la imposibilidad de ofrecer el “nuevo flamenco” que estaba surgiendo, en contraposición a los ramplones espectáculos cuajados de “niños” y “niñas”, en los mismos escenarios donde se ofrecían éstos. Y, además, para dejar claro que la época neoclásica venía con una estética nueva que habría de distinguirse de la anterior hasta en la forma de ofrecer el cante, el toque y el baile.

De este modo surgieron festivales, hoy emblemáticos, en Utrera, Lebrija, Puente Genil, Ronda, Pegalajar, Los Ogjares, Casabermeja, Alhaurín de la Torre, Ojén, Jerez, Granada, Córdoba, Sevilla, Almería...

Toda la geografía andaluza llenó sus noches veraniegas de flamenco, de caracoles, de gazpacho, de vino, de gente ávida de lo anterior, de artistas de una gran categoría, de otros que pasaron sin pena ni gloria, de trabajo para aquellos que no lo tenían, de un nuevo público, de una estética nueva definida y determinada por el “cante gitano-andaluz”, de las formas más conservadoras sin cuartel para los “enemigos” de la “pureza”; en fin, de todo eso que genéricamente llamamos arte flamenco.

Pero como ocurre con todas las cosas del universo, nada es eterno sino efímero, cambiante, distinto según el cristal con qué se mira. De tal modo, que hoy los festivales flamencos poco o nada tienen que ver con sus padres, aunque queden hijos que se empeñen en perpetuar lo inaguantable y en molestar al personal que año tras año vuelve al recinto donde el flamenco lo convoca. Así ocurre en algunos todavía, donde los carteles rondan siempre la decena de artistas, para solaz del encargado del bar y disgusto de los verdaderos aficionados que se acercan, a pesar de todo, a sus recintos.

En el transcurso de los últimos cinco años se vienen celebrando en Andalucía una media superior a doscientos festivales flamencos, según datos recogidos por Silvia Calado Olivo⁵ en la Sociedad General de Autores de España (SGAE), que generan unos ingresos aproximados

5. Autora del estudio económico titulado “El negocio del quejío”, que ha sido publicado con el nombre de “El negocio del flamenco” por la editorial sevillana Signatura Ediciones en 2007.

de tres millones de euros y suponen casi el 7,4 por ciento de los festivales de música, lo cual nos da una idea de la importancia económica de estos eventos, organizados por peñas flamencas y ayuntamientos, cuya duración es de una noche—raramente encontramos algunos que extienden la celebración a más de dos días— y que se suelen celebrar mayoritariamente durante los meses de verano.

Su sustento económico proviene principalmente de alguna institución pública y en ellos no se busca la rentabilidad económica, por lo que no es de extrañar que una mayoría aplique la política del gratis total o la de precios populares. De esta manera se asegura el lleno y se acerca el flamenco a las personas cuyo poder adquisitivo es bajo. Este fenómeno se da con frecuencia en los pueblos y pequeñas ciudades.

Un festival flamenco debiera no pasar, como cualquier espectáculo sea del tipo que sea, de las tres horas más o menos. Debiera comenzar, como ocurre en cualquier espectáculo, a la hora anunciada más o menos. El bar debiera no existir y si está que sea fuera del recinto. Media docena de artistas me parece un número suficiente para colmar los gustos y las apetencias de la afición, siempre que éstos no se repitan y se atengan a una estructura de espectáculo previamente diseñada por la organización. El sonido, las luces, la publicidad, los camerinos, la atención a los artistas, el tratamiento en los medios de comunicación, la presentación sobre la base del conocimiento y la capacidad didáctica de quien la ejerza, etc. deben ser parte esencial del festival para que el resultado de éste sea feliz y enriquecedor. Con las características que acabo de apuntar encontramos no muchos festivales, pero los hay cada vez más, sobre todo aquellos que se han recuperado o que han nacido hace unos pocos años. Pero hacia esta estructura debieran encaminarse todos. De los artistas, que no deben permitir abusos, de los organizadores, que deben asesorarse de los profesionales y de quien sabe de esto, del público que debe rechazar lo que no le guste, y de las instituciones, que deben apoyar a los que presenten proyectos serios e imaginativos, depende que los festivales sean espectáculos dignos, divertidos, baratos, enriquecedores, atractivos y garantes del buen flamenco.

VII. Los festivales flamencos en el mundo

El título lo tomo prestado del nombre que se le dio a las jornadas técnicas celebradas en Jerez entre el 5 y el 7 de marzo de 2007, dentro del “XI Festival de Jerez”⁶. Fue un primer intento de coordinar las ideas y los esfuerzos de quienes organizan los grandes eventos flamencos de la actualidad, que ha tenido continuidad con la creación de una asociación que agrupa a los grandes festivales del mundo.

En aquel primer encuentro se propusieron como objetivos principales, entre otros, los siguientes:

6. Resultado de aquellas jornadas es el libro “Ritos, rotos y retos”, editado por la Consejería de Cultura (Área de de Publicaciones de la Agencia Andaluza para el Desarrollo del Flamenco) en 2008 y presentado en el XII Festival de Jerez, en el que se recogen las intervenciones de las personas que participaron en dichas jornadas.

- Hacer un recorrido panorámico y analítico por los festivales de flamenco en el mundo por su perfil como promotores y difusores del arte flamenco, sus problemáticas y sus retos.
- Su contribución a la proyección exterior de las ciudades y su importancia como factor de desarrollo económico vinculado al turismo cultural.
- Debatir cuestiones de interés general que afecten a la producción y difusión del flamenco.
- Conocer y evaluar estrategias de creación y captación de nuevos públicos surgidas en el marco de los festivales flamencos.
- Conocer y evaluar experiencias concretas, así como promover acciones tendentes a propiciar e incentivar una mayor presencia del patrocinio y el mecenazgo en la financiación de la actividad flamenca.

Como se ve, los objetivos que se persiguen son los que de una u otra manera estamos tratando a lo largo de estas páginas; porque todos al fin estamos de acuerdo: el flamenco es una industria y como tal hay que tratarlo desde el punto de vista económico. Algo que ya apuntaba Manuel Herrera Rodas, siendo director de la “Bienal de Flamenco de Sevilla”⁷: (...) “Zarandear a la sociedad y, con ella, a las instituciones públicas para que todos juntos nos diéramos cuenta de que luchar por el flamenco es una tarea colectiva, no un trabajo individual de un llanero solitario. Hemos intentado no sólo contar con instituciones que tienen la obligación de cooperar en este fin, como las consejerías de Cultura y Turismo de la Junta de Andalucía, sino también adentrarnos en todos los ayuntamientos y diputaciones andaluces para que dentro de esta feria tuvieran cabida y fueran promocionadas las artesanías relacionadas con el flamenco que el mundo de la globalización considera economía sumergida. Y así hemos conseguido que zapateros especializados en hacer zapatos para bailarines, diseñadores y creadores de ropa de baile, fabricantes de cejillas, productores de peinetas o luthiers se codeen con promotores y programadores artísticos del género flamenco o empresas de representación y management. Con todos ellos, presentamos un gran paquete diverso, variado y plural que va a dar muestra de la evolución permanente y positiva que, desde el punto de vista económico, está moviendo el mundo del flamenco. (...) “Y también debería ser un primer paso para crear la gran industria discográfica andaluza. Tenemos que avanzar uniendo intereses, pues Andalucía necesita liderar el negocio del disco y del vídeo flamenco. Para ello hace falta no sólo una unión importante de los empresarios, sino también el apoyo de todas las instancias implicadas en la promoción de la región. Si no, corremos el riesgo de que intereses comerciales de grupo o mediáticos sean los que dirijan el futuro del flamenco. Ya se están empezando a dar los primeros pasos para tratar al flamenco con las mismas características comerciales y de promoción que se usan con las otras músicas. Es inconcebible que en el siglo XXI todavía estemos soñando con cuevas y corrales de vecinos que son lugares sólo para tener en la memoria, pero nunca para idealizarlos como el marco adecuado donde actualmente debe desarrollarse este arte. El flamenco tiene que desarrollarse en los mejores escenarios del mundo y divulgarse mediante los más sofisticados

7. De la entrevista a Manuel Herrera Rodas con motivo de la I Feria Mundial del Flamenco (Sevilla 2001) hecha por Silvia Calado para Flamenco World.

medios de comunicación de que dispongamos. Y eso es cuestión de profesionalización. Es un concepto de mercado”.

Y añade Herrera Rodas: “No sé si la causa es que todavía falta conciencia del valor que puede tener el flamenco como recurso económico o que no hemos sabido motivar suficientemente al capital para que invierta en flamenco. Ni empresas importantes andaluzas ni el capital de ahorro de la región han dado ninguna respuesta contundente a la Bienal, incluso incorporándose como parte de la organización mediante la constitución de una gran empresa mixta institucional y privada.”

Nos quedamos con las reflexiones del ex director de la Bienal, acertadas y premonitoras, por cuanto daban en el clavo del tema que nos ocupa, que por lo visto no es de ahora, sino que viene de años; exactamente desde que en 1980 los espectáculos flamencos dan un salto muy importante, tanto en cantidad como en calidad, con el nacimiento de la “Bienal de Flamenco” de Sevilla. Este acontecimiento, que supuso una verdadera revolución, inició una nueva forma de gestión del flamenco como industria, que pasó del pequeño recital o festival de verano a equipararse a otros grandes festivales de música que por entonces ya existían en el mundo. Fue algo tan novedoso para el flamenco –siempre tan humilde y tan poco valorado– que removió las estructuras organizativas del mismo: se pasó del festejo puntual de una noche, con la actuación de un pequeño grupo de artistas, a la programación de decenas de espectáculos, de muy diversas líneas estéticas, para un público variopinto en sus gustos y en sus orígenes: la juventud comienza a interesarse por el flamenco y empiezan a acudir gentes de distintas partes del mundo interesadas por el fenómeno. Lo local deja paso a lo universal y el flamenco entra en ese concepto de globalidad que desde entonces no ha abandonado.

Así las cosas, los presupuestos de éste y otros eventos que comienza a surgir dentro y fuera de España se traducen en millones, la asistencia pasa de ser minoritaria a contarse en decenas de miles, la organización de los mismos comienza a ser dirigida por profesionales, los artistas empiezan a ser tratados como tales, los cachés se elevan considerablemente... Sin embargo, el modelo de financiación sigue impertérrito: la subvención pública es la principal fuente de ingresos para patrocinar estos grandes eventos, copiando de los pequeños festivales siempre al calor de la ayuda oficial. Y ahí seguimos.

Pero veamos algunos ejemplos más recientes en el tiempo: la “Bienal de Flamenco” de Sevilla, en la edición de 2006, tuvo un presupuesto oficial de dos millones y medio de euros, salidos esencialmente de las arcas públicas; el Festival “Málaga en Flamenco” –en las dos ediciones celebradas hasta la fecha– se nutre principalmente de la institución que la creó –Diputación de Málaga–, con ayuda de otras instituciones andaluzas y alguna privada; y aunque sus cuentas son un misterio, sabemos que la rentabilidad económica ha sido ruinosa; el “Festival de Jerez”, cuyo presupuesto ronda los dos millones de euros se financia, sin embargo, en un ochenta por ciento del patrocinio privado, la taquilla y del precio de los cursos de formación que paga las alumnas (alrededor de mil en las dos últimas ediciones); el “Flamenco Festival USA”, que en su edición de 2007 tuvo un presupuesto de más de un millón de euros, obtiene los mayores ingresos (más del ochenta por ciento) del dinero generado en taquilla, mientras que el resto llega desde Andalucía a través de distintos caminos como la Agencia Andaluza de Flamenco o la Consejería de Turismo.

En fin, el “Festival Internacional del Cante de las Minas”, el más completo en su oferta artística, por cuanto en él se dan los grandes espectáculos, los concursos, la formación y las actividades culturales, es el que mejor ha sabido conjugar la implicación oficial –necesaria e imprescindible siempre– con la participación mayoritaria de la empresa privada. De este modo, un Ayuntamiento de recursos escasos –el presupuesto del festival ronda los quinientos mil euros– ha sabido dar con la fórmula adecuada para hacer de este gran evento el escaparate ideal para las firmas que lo patrocinan, pues éstas encuentran en él una forma de publicidad directa y barata: su repercusión en los medios de comunicación españoles y extranjeros es tan grande, que es el único capaz de cerrar los telediarios de mayor audiencia de la principal cadena de televisión de España que es TVE.

Como es de sobra conocido, hay más eventos de similares características dentro y fuera de España: El “Festival Cajamadrid”, el festival “Suma Flamenca” de Madrid, la “Cumbre Flamenca” de Murcia, el “Festival Flamenco de Valencia”, el festival de Mont de Marsan, el festival de Nîmes, “London Festival”, “Festival Flamenco de Albuquerque”, etc., pero el modo de gestión es muy parecido al de los mencionados como ejemplo, si exceptuamos el que lleva el nombre de la entidad financiera que lo patrocina y el de Murcia, patrocinado por otra caja de ahorros, la CAM.

No sabemos hasta cuando las instituciones públicas podrán soportar la subvención de estos grandes festivales, cada vez más complejos en su organización y con espectáculos más caros debido a producciones sobredimensionadas que muchas veces resultan ser un camelo; pero es evidente que sin una fórmula que sea capaz de conjugar iniciativa pública con patrocinio o mecenazgo privado estos grandes eventos tienen fecha de caducidad, por cuanto cada vez son más los festivales y cada vez son menos los recursos públicos dedicados a la cultura en general y al flamenco en particular, entre otras razones porque las arcas públicas no pueden ser permanentemente un saco sin fondo donde todo el mundo mete la mano para ver lo que saca.

En ese sentido, hay que despejar de pícaros el entorno del poder cultural y dejar que sea la iniciativa privada la que se haga cargo de la gestión industrial del flamenco. Hablar de privatización parece fuerte, pero en una economía libre de mercado, es éste el que manda: la ley de la oferta y la demanda se impone. Así fue desde que se inventó el negocio del flamenco en el siglo XIX y así debiera ser en estos tiempos de globalización cultural.

Quizá la solución pudiera estar en una fórmula mixta que hiciera coincidir los intereses públicos con la gestión privada, haciendo que el flamenco, sin llegar a ser rentable económicamente al cien por cien -aunque tendiendo a la obtención de beneficios, igual que ocurre en cualquier negocio– al menos lo sea culturalmente. De este modo, el dinero público sería gastado racionalmente y la cultura flamenca podría estar al abasto de todo el mundo interesado por ella.

Bibliografía y hemeroteca

“Ritos, rotos y retos”. Varios autores. Consejería de Cultura (Área de de Publicaciones de la Agencia Andaluza para el Desarrollo del Flamenco). 2008

“El negocio del flamenco”. Silvia Calado Olivo. Signatura Ediciones. 2007

Revista “El olivo flamenco”. Revista “Candil”. Revista “Sevilla flamenca”. Web “Flamenco world”. Archivo del autor