

“Hace tiempo que el ‘rock and roll’ dejó de ser peligroso”

La culpa fue de los Rolling Stones. Siendo un moco-so, Alfred Crespo (Barcelona, 1965) compró un par de casetes de Jagger y compañía: *Black and Blue* y *We Want The Stones*. Una escucha compulsiva inoculó en su cuerpo el virus del *rock and roll*, bendita enfermedad que ha marcado toda su trayectoria profesional. Periodista, codirector de la revista *Ruta 66*, una de las cabeceras musicales de referencia en nuestro país, y responsable de la editorial 66rpm, Crespo acaba de publicar el libro *No hay entradas* (66rpm) en el que relata, con sentido del humor y sin amargura, sus aventuras y desventuras como aspirante a promotor de conciertos. Una experiencia “divertida pero agotadora, que estuvo bien en su momento pero que no volvería a repetir: pocos ingresos y demasiados quebraderos de cabeza. Eso sí, te queda la satisfacción de haber traído a tu ciudad a tus bandas favoritas”. Cada capítulo se cierra con una serie de moralejas, consejos útiles para que no cometan los mismos errores los ilusos que ahora mismo estén pensando en ganarse la vida organizando conciertos.



“El rock cambió la vida a muchísima gente”

El periodista y crítico musical Alfred Crespo narra sus aventuras y desventuras como promotor de conciertos en los libros ‘No hay entradas’



—El año pasado la asistencia a conciertos en España aumentó un 12% a pesar de la subida del IVA. ¿Por qué el de la música en directo es el único sector que no se ha visto afectado por la crisis?

—Es una cifra engañosa. El aumento se debe a la proliferación de festivales y a los conciertos multitudinarios, que se han convertido en actos sociales de asistencia obligatoria, donde en muchos casos el apartado musical no es fundamental. Hay ejemplos claros, festivales en los que los abonos se agotan sin haber anunciado el cartel. Posiblemente se trate de un cambio de hábitos que provoca que los grandes promotores sigan creciendo y los pequeños lo tengan crudo. Ese aumento, sin duda, no afectó a las actuaciones en las salas medianas y los pequeños clubes, que nunca podrán jugar en igualdad de condiciones. Los grupos ganan mucho más por una única actuación en un festival, en muchos casos con el equipo puesto y con menos gastos de estructura y logística, que haciendo una gira de varios días en salas de menor aforo.

—Nunca hemos tenido tanto acceso a la música como ahora. Como periodista, ¿cómo filtra los temas sobre los que finalmente decide escribir?

—Soy bastante clásico, casi arcaico: sigo fiándome de algunas firmas y medios, y paso de puntillas por el exceso de información típico del marasmo digital. También me centro bastante en seguir a determinados sellos dis-

cográficos. Cuestión de confianza, supongo.

—¿Cuáles son los principales enemigos de un crítico musical?

—El peor riesgo es creer que tienes la verdad absoluta. Alucino todavía con el típico crítico estrella que dicta sentencia. Hay que mojarse, sin duda, pero sin perder la perspectiva. Ser amigo de los músicos también tiene su riesgo. Quizá pueda empujarte a suavizar las críticas y exagerar las alabanzas, pero en general cuando te sientas a escribir sabes que debes ser honesto y expresar tu sincera opinión.

—Con la proliferación de blogs y revistas online, ¿se está devaluando el papel de la prensa musical? ¿Dónde queda la figura del curador, del periodista de referencia del que te puedes fiar?

—Se está devaluando todo lo que significa pasar por caja. Y eso incluye desplazarte a una tienda de discos para que te recomienden novedades o reediciones. O ir al quiosco a comprar una revista. Los blogs son un recurso fácil y económico, cierto, pero creo que quienes prefieren huir de la descarga de música al por mayor y centrarse en encontrar referencias que realmente puedan interesarle siguen teniendo claros los referentes a nivel periodístico. Quizá la prensa musical tradicional no pasa por su mejor momento a nivel de ventas y repercusión, pero las cabeceras más prestigiosas siguen en buen estado de forma y salud.

“El peor riesgo es creer que tienes la verdad absoluta. Alucino todavía con el típico crítico estrella que dicta sentencia”

—¿Qué papel debe jugar hoy en día la prensa musical?

—Ejercer de faro en medio de una apabullante oferta en muchos casos incontrolada. Y, en el caso de *Ruta 66*, seguir escarbando en el pasado, lugar donde habitan artistas y discos fantásticos todavía desconocidos.

—Nos hemos hartado de criticar a las grandes discográficas y a la industria. ¿A la prensa musical le ha faltado hacer autocritica?

—Posiblemente, aunque sus pecados son mucho menores. Quizás más que autocritica ha faltado cintura y capacidad de adaptación a la velocidad a la que se mueve todo actualmente.

—El año pasado la venta de música digital en España superó por primera vez a los formatos físicos. ¿Qué futuro le espera al vinilo o al CD?

—El CD está condenado a muerte, y la sentencia la firmaron los que lo inventaron. El renacer del vinilo sigue siendo un pequeño milagro bastante inesperado, mucho más reducido de lo que algunos creen y de nuevo con la misma amenaza planeando sobre él: reediciones (más que amortizadas) a precio

de oro, novedades de importación a cuarenta euros, *singles* a catorce euros... esperemos que la gallina no pisotee los huevos de oro.

—“El rock and roll se ha convertido en un placebo”. La frase es suya.

—El *rock and roll* dejó de ser peligroso e influyente a nivel social hace bastantes años. Nos quedan las canciones, los discos y la actitud individual. El rock cambió la vida a muchísima gente y difícilmente volverá a ocurrir. Pero el efecto placebo nos sigue permitiendo sentir, por momentos, que todo sigue igual.

—Además de dirigir *Ruta 66* también está al frente de la editorial 66rpm. ¿Cómo nació la idea de montar una editorial sobre libros de música?

—Estaba escribiendo la biografía del grupo Burning e imaginé que nadie apostaría por publicarla. Y menos como yo la quería, con abundante material gráfico. Además, por aquellas fechas, algunos amigos empezaron a proponerme publicar libros que tenían prácticamente listos. Y nos lanzamos a la aventura.

—La editorial cumple cinco

años. ¿Qué balance hace de este tiempo?

—El de la literatura musical es un mercado limitado, pero afortunadamente vamos cumpliendo los objetivos. Hemos conseguido contactar con parte de nuestro público potencial, muchos de los lectores de literatura relacionada con la música conocen nuestros libros y la respuesta está siendo sorprendentemente buena.

—¿Cuáles son sus libros musicales de cabecera?

—Mi preferido es *Last Train to Memphis*, la biografía de Elvis Presley que escribió Peter Guralnick. También me quedaría con *Viajando con los Rolling Stones* de Robert Greenfield, *England's Dreaming*, *Los Sex Pistols* y *el Punk Rock* de Jon Savage, y *Up-Tight*, *La Historia de The Velvet Underground* de Victor Bockris.

—El mundo de la música está peor, igual o mejor que cuando comenzó a escribir?

—A nivel general funciona bien. El que ha bajado de estatus es el rock, que ha quedado relegado a un segundo plano. La gente enloquece por ver a Coldplay o Beyoncé, mientras Elvis Costello no vende entradas ni a tiros. Pero seamos optimistas: cuando el rock empezó, en los 50 en Estados Unidos o en los 60 en Inglaterra, todo era precario y ya ves lo que ocurrió... Quizás luchar y enfrentarse a las adversidades provoque un aumento de la motivación *rocanrolera*.

Enrique Viñuela