

PONLE PLAY

QUIEREN TODO GRATIS

Por **Marcelo Contreras**

Crítico de música



Qué posibilidades existen, se preguntaban los periodistas de espectáculos locales, de replicar en Chile y particularmente en Santiago, un evento gratuito como el de Lady Gaga en Copacabana el sábado pasado. El espectacular concierto atrajo a más de dos millones de personas, un hito de asistencia en una ciudad como Rio de Janeiro con trayectoria en experiencias musicales de primer nivel y libre acceso, contando Rod Stewart, The Rolling Stones y Madonna.

¿Qué gana Río? Posicionamiento global, reforzar su estatus como una de las capitales turísticas del planeta, y revertir la temporada baja de visitantes enlazando la tradicional celebración de año nuevo con fuegos artificiales en la afamada playa, el carnaval en febrero y esta clase de conciertos con súper estrellas en mayo. El plan, proyectado hasta 2028, se impulsa desde la municipalidad con el protagonismo de la agencia de promoción turística Riotur, propiedad del municipio. Lady Gaga y el turismo desatado significó notorias ganancias para la urbe más famosa de Brasil, entre 106 y 117 millones de dólares.

¿Se puede hacer acá?, se pregunta la prensa, y la respuesta proviene del sur gracias al éxito del Festival Rec en Concepción, impulsado por el Gobierno Regional de Bío Bío con un modelo de financiamiento público-privado. En la semana Rec informó que su última edición generó "un impacto económico total de \$18.958 millones", un 92% más que en 2024. Cada peso invertido tuvo un retorno de 8,6.

El festival convocó a 360 mil personas y casi la mitad -un 47%- eran de otras ciudades. El sábado 15, el día de Suede, la ocupación hotelera estuvo a tope. El efecto turístico de Rec en Concepción es indiscutido. La capital penquista puede majaderear su condición de cuna del rock chileno -du-

dosa ante los sólidos antecedentes de Valparaíso-, pero resulta innegable su liderazgo en el género a nivel país entre bandas históricas, y el desarrollo de eventos como este, de nivel internacional.

Los penquistas se insertan en un negocio en pleno auge, una era dorada a nivel mundial. La música en vivo ha registrado un crecimiento ininterrumpido en la última década. Hacia 2030 sus ganancias deberían implicar 80 mil millones de dólares.

Santiago tiene una cartelera musical generosa y de categoría, pero muy pocos de libre acceso. Las experiencias masivas y gratis en torno a la música electrónica en el parque Forestal y alrededores iniciadas en 1995 con las Open Rave, y más tarde la Love Parade a mediados de los 2000, redundaron en titulares con los vecinos hastiados por la basura, las incivildades y el volumen. Entre las quejas, el declive de la electrónica como novedad, y las productoras asumiendo que el negocio estaba en cobrar por eventos bajo control, se acabó la música en vivo gratis a gran escala en la capital.

Asoma como reciente y solitaria excepción Santiago Te Amo del pasado 15 de febrero por los 484 años de la fundación de la capital, con la Gobernación Regional y la Fundación Teatro a Mil detrás, con escenarios entre paseo Bulnes, Santa Lucía y el GAM, para clásicos como Los Jaivas, Ana Tijoux y Pettinellis. Asistieron más de 100 mil personas.

El centro capitalino aún exhibe secuelas del nocaute al comercio por el estallido y la pandemia, y con zonas como el paseo Bulnes, deteriorado y maloliente ahuyentando a vecinos y público de locales tradicionales. Santiago necesita visitantes y activar el turismo en su condición fundacional. La música en vivo es un camino, deja ganancias y puede contribuir a moldear un nuevo carácter para una ciudad ordenada y funcional, también anodina.