

# Deu mals dels macrofestivals

Aquest estiu no hi haurà festivals musicals, ni grans ni petits. Potser és el moment de posar en qüestió la lògica d'aquests esdeveniments: beneficien la localitat on se celebren, el seu teixit musical i la salut, cultural i física, dels qui hi assisteixen?

Nando Cruz



Una actuació del Sónar 2019 a Barcelona / ARIEL MARTÍNEZ - SONAR

Semblava impossible, però la pandèmia ens fa passar un estiu sense festivals. Ni grans ni petits. Haurem d'esperar com a mínim fins l'any vinent per tornar a aplegar-nos en un recinte amb concerts en dos, cinc o vuit escenaris. Hi ha qui ho veu com la fi del món, però pensem que fa 25 anys **aquest model de consum massificador i concentrat que avui sembla essencial gairebé no existia**. El Sónar va néixer el 1994. El FIB de Benicàssim, el 1995. El Doctor Music, el 96.

Els atractius i beneficis d'un macrofestival han estat a bastament exposats en centenars d'articles i publireportatges. Aquest any de guaret potser seria un bon moment per assenyalar-ne alguns **efectes col·laterals negatius** i així poder valorar més bé fins a quin punt la seva existència beneficia la localitat on se celebren, el seu teixit musical i la salut (cultural i física) dels qui hi assisteixen. Molts d'aquests dubtes també són aplicables a festivals de mides més modestes i als cicles de concerts que, tot i dir-se festivals, s'estenen al llarg de setmanes i mesos d'estiu per la geografia catalana, especialment per zones d'estiuieg.

Cada festival té les seves especificitats, però sovint funcionen amb unes lògiques qüestionables que assumim com a realitats absolutes i indiscutibles. **A continuació n'exposaré una desena:**

## 1. Hiperconsumisme

Els festivals han imposat un model de consum musical delirant: jornades maratonianes durant tres dies seguits en què has de córrer d'un escenari a un altre per veure allò que potser no veuràs mai més. Urgència, angoixa, esgotament i finalment apatia davant d'aquell grup que fa dos dies et tenia el cor robat. Avui aquesta manera d'engolir música en viu està totalment naturalitzada. A més, en el model de festival rau la idea que la cultura es consumeix els dies assenyalats. Com aquell macroconcert de cada any (U2, Stones, Springsteen...), però dins un cartell inabastable que funciona com a esquer enganyós perquè al final no podràs veure tot el que volies: és humanament impossible. Tot aquest funcionament és una **derrota absoluta en la construcció dels hàbits musicals**; enverina la nostra relació amb la música. I és un **malbaratament absolut de recursos**. És com el sac de patates que et fan comprar al súper, encara que només en vulguis tres. El compres sabent que moltes es faran malbé.

## 2. Escletxa cultural

Bona part dels macrofestivals, festivalets i cicles d'estiu catalans s'adrecen a melòmans i gent que té poder adquisitiu per veure concerts la resta de l'any. Aquests esdeveniments ofereixen artistes molt concrets que, per diverses raons, són difícils de veure. Són com els animals més difícils de caçar quan vas de safari; les peces més preuades. Són esdeveniments culturals que busquen satisfer els melòmans i espremer la seva fam de música, tot **desatenent públics menys formats musicalment** (més ben dit: amb altres sensibilitats musicals) i amb el suport de marques esponsoritzadores, mitjans de comunicació i institucions. Centrant-se en aquests públics ja sensibilitzats i atesos la resta de l'any, eixamplen més l'escletxa cultural de la societat.

## 3. Blanquejador de marques

La cultura és un **gran blanquejador d'imatge d'empreses amb expedients foscos**. I els festivals són l'aparador ideal per a qualsevol marca que vulgui seduir un públic modern, amb diners i capacitat d'influència; tant se val si els vol vendre productes o només la seva imatge. Així ho demostren [bancs que desnonen](#), [empreses de telefonia en ple conflicte laboral](#) i [cerveseres que han crescut gràcies al frau fiscal](#) i [els vincles amb el franquisme](#) o [els abusos sexuals i la connivència amb els genocidis a l'Àfrica](#).

## 4. Diners públics a fons inversors

El Primavera Sound va rebre 977.000 euros de subvencions de l'ICUB entre 2013 i 2019. El Sónar, només entre 2016 i 2018, 1'1 milions a través d'un conveni amb el Departament de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Barcelona. El 2018 el Primavera Sound va vendre un 29% del festival al fons inversor nord-americà The Yucaipa Companies. El mateix va fer Advanced Music, organitzadora del Sónar, amb el fons Providence. El debat sobre si aquests esdeveniments havien de rebre diners públics (també en reben de la Generalitat) i si les subvencions havien de sortir del pressupost de Cultura o d'Economia va saltar fet miques. Arribats a aquest punt, el tema ja era tot un altre. Poques vegades hem vist un **transvasament tan nítid de recursos públics, ja no a mans privades, sinó a fons d'inversió estrangers**. Un cop tancades les vendes, els dos festivals continuen rebent diners públics.

## 5. Drets laborals

Ja s'entén que el repartiment de sous no sigui equitatiu, però en quines altres empreses trobarem desequilibris tan extrems? En un festival, un grup pot cobrar 300.000 euros per una hora de feina, mentre que altres treballadors (muntadors d'escenaris, cambriers de barra, personal de neteja...) no en cobren ni deu. La cultura és el **paradís de la precarietat**, del diner en negre, de la subcontractació de serveis, de la manca de drets laborals, del "Ja ho trobarem", del "No et pago però et dono visibilitat" i dels sous ínfims basats en allò de "Treballes en el que t'agrada". I els festivals de música no defugen aquesta lògica, tot i moure grans quantitats de diners. En alguns casos, fins i tot la perpetuen fent servir becaris i voluntaris per reduir despeses i poder pagar més bé els artistes més desitjats, els ídols que seuran còmodes al capdamunt d'aquesta estructura piramidal gràcies a una llarga cadena de precaritzacions.

## 6. Petjada ecològica

Abans que arribés el coronavirus i posés en qüestió aquest model de negoci, ja era raonable pensar que **des d'un punt de vista mediambiental els macrofestivals són un despropòsit**. Desenes de milers de persones agafant avions, trens i cotxes cap a una mena de ranxo efímer on s'alcen escenaris, restaurants, botigues, lavabos, generadors i tota mena de serveis que al cap d'una setmana caldrà desmuntar. Tot això al costat d'una ciutat que ja ofereix aquests serveis. Aturem-nos un moment a pensar en la petjada ecològica que deixen fires, congressos i festivals. I no tan sols els macrofestivals de grans ciutats; també els de mida mitjana que s'instal·len en pobles.

## 7. Gentrificació i extractivisme

Si les Olimpíades del 92 van canviar la història de Barcelona, un macrofestival és una olimpíada cada any. Desenes de milers de turistes ocasionals s'afegeixen a tots els que ja tenien intenció de visitar la ciutat atrets per la imatge viva i moderna que projecta i a la qual contribueix l'agenda musical. En l'allau turística dels darrers 20 anys que ha activat processos gentrificadors també hi tenen a veure els macrofestivals.

I aquests esdeveniments no gaudeixen només de les subvencions. També són beneficiaris d'un seguit de serveis pels quals no paguen, però que sí ha pagat la ciutadania, tant si li interessa el festival com si no. Des de la xarxa de transport públic fins a l'oferta cultural i altres equipaments que la ciutat ofereix al visitant com a al·licient extra. Un macrofestival és com un creuer que arriba a port i **reprodueix fidelment la lògica extractivista del turisme**. Els festivals són una peça més en aquest país tan focalitzat en el turisme. No és estrany que des de 2017 l'Associació de Promotors Musicals tingui espai propi a la fira Fitur.

## 8. Impacte econòmic

L'any 2000, el festival Sónar va ser pioner d'estudiar l'impacte econòmic d'un esdeveniment cultural. Seria una eina indiscutible per demostrar a les institucions que un festival genera riquesa. A Benicàssim se'n van adonar aviat, en veure com els caixers automàtics treien fum el dia que començava el FIB. Però on van aquests diners? La majoria, cap al sector hosteler i hotelier. La cultura genera les condicions, el festival, però **el sector serveis s'endú els beneficis**. Una manera de calcular-ne l'impacte econòmic en la cultura seria comprovar si han generat ocupació de qualitat. L'abundància de festivals ha generat llocs de feina ben pagats? Les dades que recollia el CONCA l'any 2014 eren esfereïdores: el 52% de les persones que treballen en cultura ingressa menys de 12.000 euros l'any. I, d'aquestes, el 25% no arriba a 6.000 euros.

## 9. Distorsió del teixit musical

Els macrofestivals distorsionen el teixit local en diversos sentits. Disparant caixets en la subhasta d'artistes, deixen fora de joc les sales de concerts. A més, sovint imposen clàusules d'exclusivitat que impedeixen els grups tocar en altres dates o llocs propers. I, d'altra banda, el 'boom' de festivals fa que la temporada s'allargui de maig a setembre i que les sales es trobin amb unes temporades baixes de cinc mesos. **Els festivals són oasis d'abundància al voltant dels quals creix el desert.** I fomenten pràctiques encara més desertitzants. Els grups s'acostumen a rebre molts diners per tocar un dia en un festival i no fer-ho enlloc més del país durant mesos. Això genera gires més curtes, grups que no toquen mai en sales petites i un efecte contagi en els artistes estatals, que tampoc trepitgen províncies ni comarques. I el circuit musical es concentra cada cop més; en mans dels festivals, és clar.

“Els festivals són oasis d'abundància al voltant dels quals creix el desert”

D'altra banda, aquestes grans cites, molt curoses a l'hora de triar qui toca al seu recinte i qui no, fan encara més grossa l'**escletxa que separa els grups més populars dels més marginals.** Hi predomina el perfil de grups de i per a classes mitjanes, amb propostes que encaixen en els cànons del bon gust i poc o gens conflictives; la mena de música amb la qual espònsors i institucions no se sentiran mai incòmodes. Amb totes les excepcions que vulguem, el circuit de festivals fa que els grups marginals estiguin encara més marginats perquè no aparèixer a cap festival, tal com està el circuit, els aboca pràcticament a la invisibilitat. **No poder o no voler jugar a la lliga dels festivals els situa en fora de joc etern.**

## 10. Sobreexplotació mediàtica

Assumir que els macrofestivals són el motor cultural d'un territori és com dir que la desfilada del dia de l'Orgull Gai és el gran motor contra l'homofòbia. I aquí hi tenen molta culpa els mitjans de comunicació. No podem confondre aparadors amb motors ni menystenir la feina diària de **desenes de petits locals que integren el teixit cultural de base.** Aquest és el veritable motor cultural del país. Invisible i constant. I es pot demostrar amb xifres. Al llarg de 2019, només un petit local, el Diobar de Barcelona, va registrar 17.249 espectadors. Si féssim números amb la resta de petits espais de la ciutat veuríem que, junts, triplicuen o quadruplicuen les xifres que sumen els macrofestivals; alguns dels quals amb prou feines tenen un 50% de públic estatal.

I podríem continuar... Quin al·licient cultural suposa per a la ciutadania local un festival programat per satisfer els desitjos del públic estranger? **Com hem normalitzat que ens demanin 3'5 o 4 euros per una cervesa petita?** Hi ha moltes coses que ens hem empassat per gaudir dels artistes més cotitzats del moment. Ara potser cal plantejar-se si ens surt a compte. Tenim tot l'estiu per pensar-hi.