

Reinventar-se o morir

La crisi està obligant a tothom a moure fitxa. No importa si ets una banda de primera línia mestissa urbana com **La Pegatina** o un grup de pop ebrenc com **Pepet i Marieta**. Uns s'inventen videojocs. Els altres fan cançons amb la Via Catalana i un videoclip vinculat amb aires de viral. Reinventar-se és la paraula de moda.

En la temporada de la reinvençió musical, segurament ser petit i flexible és més un avantatge que no un inconvenient. Arriba l'era de les coses micro. Però no tot es pot fer des d'un portàtil i l'*smartphone*. Cal també infraestructura. Coses sòlides. Però les mínimes. És complicat. Però hem de recordar que per organitzar festivals, mantenir espais de música en viu que programin regularment... cal tenir cert múscul. Els locals i sales de les Cases de la Música, Can Marfà de Girona, la Naub1 de Granollers o els Bucs Baumann de Terrassa en són exemples. En l'era de les coses micro calen espais macro. Quin món tan complicat!

Un altre dels paradigmes que es trenquen és el de la lògica econòmica. Ser indústria musical significa tenir un sou que provingui del tot de les activitats vinculades al sector musical? Moltes de les noves iniciatives que han aparegut en els últims dos anys es mouen en altres coordenades que sobrepassen l'ànim de lucre o l'anomenada indústria musical. Els diners no ho són tot. Es juga amb paraules com el tercer sector musical o s'aposta per finançaments col·lectius complementaris a través del micromecenatge.

Començàvem el curs amb una mala notícia. L'inVICTro, després de 12 anys, posava punt i final a la seva existència com a festival de música emergent durant els dies del Mercat de Música Viva de Vic. Les promotores que hi havia al darrere, de Bacco Produccions Culturals, defensaven que era un punt i a part. Que volien repensar-ho tot. Que calia pensar noves estratègies en el sector per tornar amb noves propostes i noves energies. És la llei imposada. Ho deixen. Però no moren. Es reinventen en coses noves. I la reinvençió porta a atrevir-se amb coses inimaginables fa just uns anys. Des de noves formes experimentals de portar grups emergents als menjadors, com el So Far Barcelona, fins a formats col·lectius d'organització de concerts, com @Bandeed o els novíssims Coconcert, passant per formes curioses de promoció com el Balcony TV o els reportatges territorials del Catsons.

És l'hora de repensar-ho tot malgrat que per a molts sigui un problema i per a la majoria, una oportunitat. Reinventar-se o morir.

** Eloi Aymerich és comunicador audiovisual i director del Diaridelamusica. Impulsor de la xarxa de joves freelance Clack, on desenvolupa tasques de realitzador i productor. Especialitzat en documentals i audiovisuals vinculats a la música i la cultura.*