

La música

Lluís Gendrau

Grup Enderrock

A Catalunya, durant el bienni 2017-2018, la indústria musical catalana ha viscut una situació de millora en la producció i la facturació, tot i no recuperar encara les xifres anteriors a la crisi del 2008. En l'àmbit discogràfic, la venda digital ha superat de nou els discos físics, i la música en català aconsegueix mantenir-se com a llengua de referència. Tant l'assistència a concerts com l'escolta a la ràdio i les plataformes de *streaming* o reproducció en línia assoleixen un percentatge rècord que ja abasta el 43% dels melòmans catalans el 2018. Tanmateix, la producció de discos en català s'ha reduït des del 2016, moment en què va assolir el seu màxim històric. El capítol també analitza, per primera vegada en les diverses edicions de l'*Informe*, la presència femenina a la indústria musical catalana, que se situa en un terç de mitjana sobre el total, lluny encara d'assolir la paritat de gènere dins d'aquesta indústria cultural.

GENDRAU, Lluís (2019): "La música", a CIVIL I SERRA, Marta; LÓPEZ, Bernat, eds.: *Informe de la comunicació a Catalunya 2017-2018* [En línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Col·lecció Lexikon Informes, 6, pàg. 241-256. ISSN 2014-2773. Disponible a incom.uab.cat/occ/informe.

La indústria musical catalana ha superat la crisi sectorial oberta el 2008 i ha consolidat la producció i la facturació en el període 2017–2018, tot i no recuperar les xifres de fa una dècada

.....

1. Introducció¹

La indústria musical catalana ha superat la crisi sectorial oberta el 2008 i ha consolidat la producció i la facturació en el període 2017–2018, tot i no recuperar les xifres de fa una dècada. L'àmbit discogràfic ha fet un tomb radical gràcies a una important reconversió que ha situat la venda digital per damunt dels discos físics, de manera que ja representa el 75% del volum de negoci. Tot i la pèrdua d'un 42% de les vendes i la distribució de CD, la facturació de les companyies catalanes ha augmentat de 7,6 a 10,8 milions d'euros durant el bienni objecte del nostre estudi. La música en català també ha assolit una quota estable com a llengua de referència. Tant l'assistència a concerts com l'escolta a la ràdio i a les plataformes de *streaming* o reproducció en línia s'han ratificat, amb un percentatge rècord que representa el 43% dels melòmans catalans el 2018. Tot i això, la producció de discos en català s'ha reduït fins a 1.023 referències amb una caiguda del 16% des del 2016, quan va assolir la quantitat històrica màxima de 1.219 edicions. Per la seva banda, la indústria del directe ha augmentat la facturació en el període 2016–2017, amb un creixement menys accelerat del 8%, un cop superada l'eufòria postcrisi de fa tres anys. La xifra d'espectadors a festivals, circuits i sales igualment s'ha reactivat a l'alça, mentre que la quantitat de concerts s'ha adequat amb un creixement més moderat. Aquestes són les dades econòmiques de l'evolució del sector, però quina és la presència de les dones en la indústria musical a Catalunya? #Onsónlesdonesdelamúsica?

2. Consum musical a Catalunya

La quantitat de catalans que ha anat a concerts el 2018 ha crescut gairebé sis punts respecte al 2017 i ha passat del 40% al 46%. Tot i això, l'augment no és gràcies a l'assistència als grans festivals, que han vist com aquest model tan explotat els darrers temps ha anat de baixa —del 40% al 36%—, sinó per la tria de concerts de proximitat amb programació exclusiva i especialitzada. A més, el sector té dues dades per a l'optimisme: el públic familiar ha crescut fins al 50% i el català s'ha consolidat com a llengua elegida per oients i espectadors.

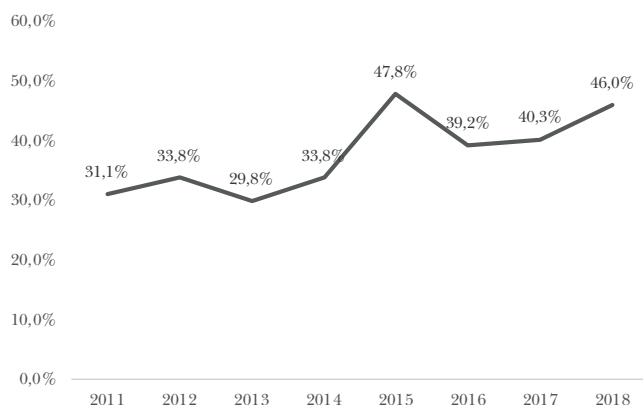
El sector de la música està d'enhora bona. A Catalunya la xifra de consumidors de concerts ha crescut un 14% el 2018 —prop de 400.000 espectadors—, una dada que representa un important augment del 40,3% al 46% de la població més gran de 14 anys, tal com recull el gràfic 1. Així ho revelen les dades de l'*Enquesta de participació cultural de Catalunya 2018*, elaborada per la Generalitat de Catalunya, que han corroborat l'evolució del sector després de dos anys en què es parlava d'una lenta, però ferma, recuperació. Molt lluny queda ja aquell fatídic 2009, en què el nombre d'assistents a directes no va superar el 30%.

Tanmateix, la tendència a l'alça no s'ha vist reflectida en l'oferta dels festivals, que han perdut quatre punts d'interès respecte al 42% del 2017, tot i que la xifra global es manté per damunt del milió d'espectadors. El 2018 només el 38% del públic ha triat un macrofestival, un percentatge que cau tres punts respecte al 2017. Es pot dir que els festivals esgoten el seu model i que cal repensar les maneres de fidelitzar els públics,

1. Aquest capítol s'ha elaborat amb la col·laboració d'Helena Morén Alegret, Jordi Novell, Jordi Martí, Ignasi Franch, Teresa Vallbona, Cristina Garde i Rosa M. Pujol.

sobretot els més joves, entre els 20 i 24 anys, i les dones, que segueixen anant menys a les cites festivaleres que els homes.

Gràfic 1. Assistència a concerts a Catalunya, en percentatge (2011–2018)



Nota: els anys 2011 a 2014, es comptabilitzen els enquestats que han escoltat música els darrers tres mesos, i de 2015 a 2018, els que ho han fet els darrers 12 mesos.

Font: BARÒMETRE DE LA COMUNICACIÓ I LA CULTURA (2011 i 2012), EGM BARÒMETRE CATALUNYA (2013 i 2014) i *Enquesta de participació cultural de Catalunya 2018*, GENERALITAT DE CATALUNYA (2019).

Els concerts, com més accessibles, millor. El 36% dels catalans prefereix espais a l'aire lliure —puja set punts— i el 27%, auditoris i teatres. A força distància hi ha sales (17%) i bars musicals (4%), que havien estat un punt neuràlgic —conjuntament perden vuit punts possiblement per les lleis massa restrictives—, i alguns municipis s'han adonat que han de començar a revertir-ho, tal com ha fet l'Ajuntament de Barcelona amb l'aprovació de la categoria d'espais de cultura viva, que reivindica, protegeix i impulsa la funció social de desenes de locals.

Els artistes consagrats són els que segueixen atraient més públic. El 77% assegura que ha anat a un esdeveniment musical si hi actua un artista famós que li agrada —amb un augment de quatre punts— i, per contra, l'interès pels emergents ha caigut tres punts, fins al 21%. Els concerts íntims han trobat un nou públic exclusiu i fidel, de manera que per a l'11% dels catalans és el motiu principal per anar-hi. I també ho són els concerts per a públic familiar. Dels espectadors de concerts, la meitat s'ha fet acompanyar de menors de 14 anys, una dada que ha tingut un enorme augment de 15 punts respecte al 2017 i que representa una xifra històrica d'1,5 milions d'espectadors.

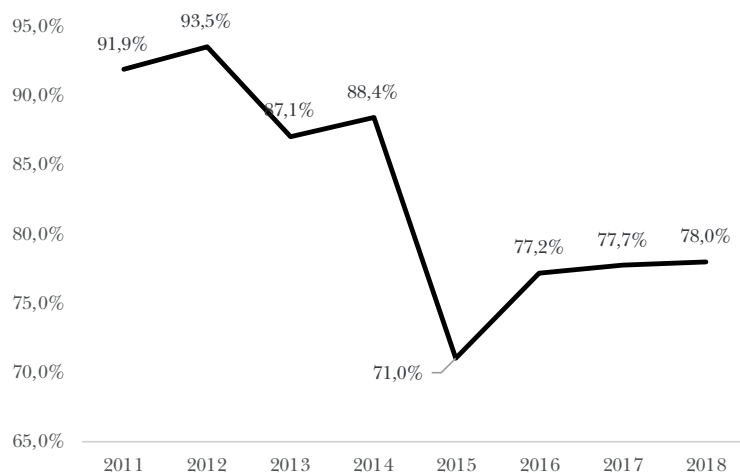
Pel que fa a l'escolta de música, la ràdio, el mòbil i les llistes de reproducció per internet són les principals fonts que han anat en augment. El 78% dels catalans ha escoltat música la jornada anterior, xifra que es manté a l'alça, tot i que l'increment no és tan elevat com en la música en directe (vegeu gràfic 2). El 2017, el percentatge va ser del 77,7%, i el 2016, del 77,2%. A més, els oients es mantenen més fidels: el 56% escolta música més d'una hora al dia. L'estil que domina és el pop-rock, i per primer cop la música melòdica i el hip-hop es disputen la segona plaça, sobretot entre els més joves, de 14 a 24 anys.

Pel que fa a concerts, el 36% dels catalans prefereix espais a l'aire lliure i el 27%, auditoris i teatres

El sector musical és conscient de la importància d'internet i les xarxes socials en la difusió de l'oferta, que ja s'han convertit en la manera principal amb què es descobreixen nous estils, autors i música

.....

Gràfic 2. Escolta de música a Catalunya, en percentatge (2011–2018)



Nota: els anys 2011 a 2014, es comptabilitzen els enquestats que han escoltat música els darrers tres mesos, i de 2015 a 2018, els que ho han fet els darrers 12 mesos.

Font: BARÒMETRE DE LA COMUNICACIÓ I LA CULTURA (2011 i 2012), EGM BARÒMETRE CATALUNYA (2013 i 2014) i *Enquesta de participació cultural de Catalunya 2018*, GENERALITAT DE CATALUNYA (2019).

El sector musical és conscient de la importància d'internet i les xarxes socials en la difusió de l'oferta, que ja s'han convertit en la manera principal amb què es descobreixen nous estils, autors i música (87%). Tant és així que internet ha superat de llarg la ràdio (56%) i la televisió (22%), els grans mitjans per excel·lència. El canal de YouTube (38%) és el prescriptor màgic, sobretot entre els joves que utilitzen la plataforma digital com a eina per a fer cerques, només després del seu grup d'amics (39%). Les xarxes socials (Facebook, Twitter, Instagram) tampoc queden enrere (23%), considerades prescriptores de primer ordre, juntament amb plataformes de *streaming* o reproducció en línia i llistes de reproducció, com Spotify (19%). La música s'ha ratificat com el segon motiu de consum cultural per darrere d'internet i seguit de ràdio i televisió. Amb tot, anar a un concert de música moderna només és considerat cultura pel 7% dels consumidors catalans, que majoritàriament pensen que és una activitat d'oci. En canvi, les programacions de clàssica tenen estatus de cultura per al 30% de la població.

2.1 Música i llengua

El 2018 el català s'ha recuperat com a llengua de preferència als concerts i ha arribat al punt més alt de la seva història. Després del sotrac que va experimentar el 2017, quan només va arrossegar el 38,7% de públic i va perdre gairebé 250.000 espectadors, el percentatge ha tornat a ser del 42,7%, la mateixa xifra que el 2015. La quantitat total de públic de concerts en català ha assolit un rècord de 2,7 milions d'assistents. El motiu de la davallada dels darrers anys havia estat la reducció dels concerts en diverses llengües, en favor de programacions monolingües. El

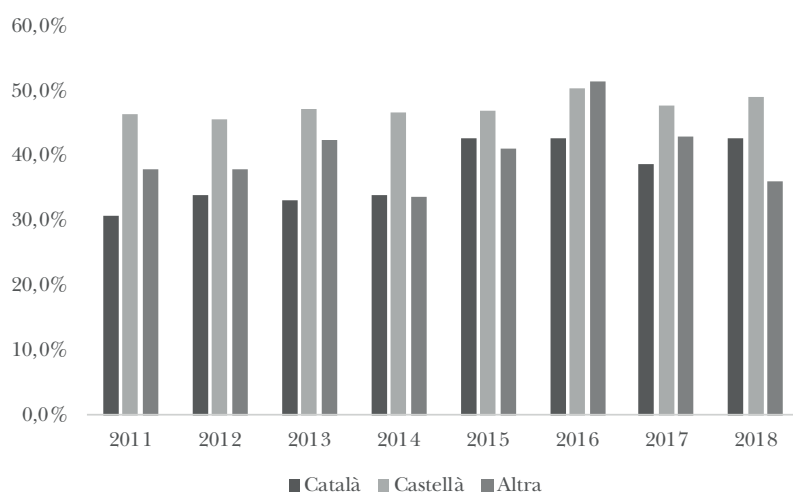
2018 el català s'ha recuperat tres punts, i també ho ha fet el castellà, del 48% al 49%, tal com recull el gràfic 3.

El 2018 ha estat un any positiu per al català també en les xifres d'escolta de la música a través de ràdio, mòbil i llistes de reproducció a internet (vegeu el gràfic 4). Des del 2014 la llengua catalana ha escalat fins a 30 punts. Quan als catalans se'ls ha demanat en quina llengua han escoltat música la jornada anterior, el 43% ha respost que en català, amb un augment de tres punts respecte a l'any anterior. El castellà també s'ha consolidat, passant del 69% al 72%, igual que l'anglès i altres llengües, que han crescut del 77% al 83%.

El 2018 ha estat un any positiu per al català també en les xifres d'escolta de la música a través de ràdio, mòbil i llistes de reproducció a internet

.....

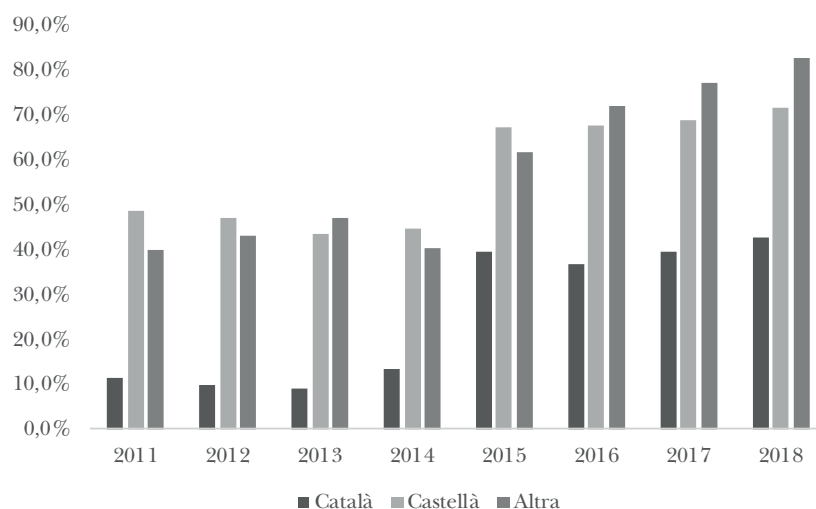
Gràfic 3. Llengua dels concerts als quals s'ha assistit, a Catalunya (2011–2018)



Nota: els anys 2011 a 2014, es comptabilitzen els enquestats que han escoltat música els darrers tres mesos, i de 2015 a 2018, els que ho han fet els darrers 12 mesos.

Font: BARÒMETRE DE LA COMUNICACIÓ I LA CULTURA (2011 i 2012), EGM BARÒMETRE CATALUNYA (2013 i 2014) i *Enquesta de participació cultural de Catalunya 2018*, GENERALITAT DE CATALUNYA (2019).

Gràfic 4. Llengua de la darrera música escoltada, a Catalunya (2011–2018)



Nota: els anys 2011 a 2014, es comptabilitzen els enquestats que han escoltat música els darrers tres mesos, i de 2015 a 2018, els que ho han fet els darrers 12 mesos.

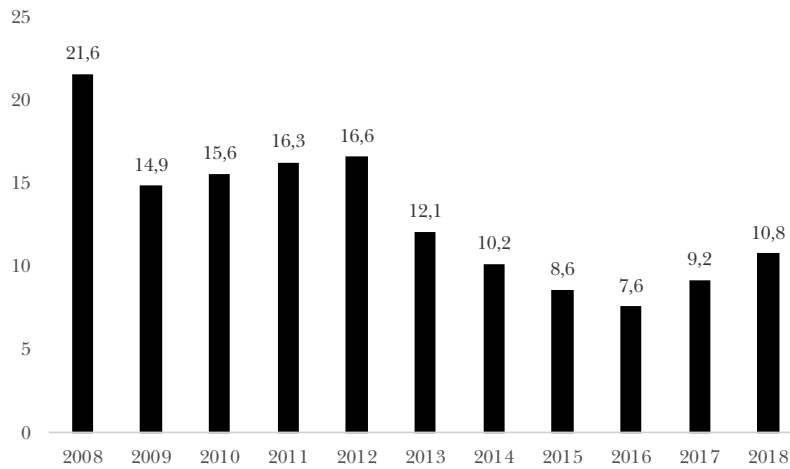
Font: BARÒMETRE DE LA COMUNICACIÓ I LA CULTURA (2011 i 2012), EGM BARÒMETRE CATALUNYA (2013 i 2014) i *Enquesta de participació cultural de Catalunya 2018*, GENERALITAT DE CATALUNYA (2019).

3. Indústria discogràfica

3.1. Facturació de la indústria discogràfica

La indústria discogràfica ha perdut el 2018 un 2,4% de la facturació, tot i aconseguir un important increment del 17% del volum de negoci per la venda de discos (10,8 milions d'euros) seguint la mateixa tendència positiva de l'any anterior (vegeu el gràfic 5). Els dos darrers anys, de fet, s'ha canviat la tendència a la baixa iniciada el 2013 amb la transformació del paradigma digital, i des del 2016 el volum de negoci per les vendes de discos ha augmentat un 42%, de 7,6 a 10,8 milions d'euros (PROMUSICAE, 2018; 2019). La facturació digital va passar a ser majoritària el 2017, i el 2018 ja representa per primera vegada el 75% del total, amb una notable pujada d'ingressos gràcies sobretot a la reproducció en línia o *streaming*. Tot i això, la lleugera recessió global del sector ha estat deguda a la pèrdua de 2 milions d'euros en les vendes físiques i la distribució, que en dos anys ha davallat un 43%, de 4,6 a 2,6 milions.

Gràfic 5. Facturació en vendes de les discogràfiques catalanes, en milions d'euros (2008–2018)



Font: elaboració pròpia amb dades facilitades per APECAT i PAF (90% de la facturació del sector català).

La dada més destacada és que en el període 2017–2018 les vendes digitals han superat el format físic, un resultat equiparable a la tendència del mercat estatal i internacional

.....

El mercat discogràfic català ha facturat el 2018 en vendes 10,8 milions d'euros, una xifra que es pot considerar positiva perquè suposa un augment del 17% respecte de l'any anterior. Del 2017 al 2018 la part digital ha crescut un 50%, fins a 8,1 milions d'euros, mentre que les vendes de CD han seguit la tendència a la baixa, amb una caiguda del 30%, fins a 2,6 milions. És fruit de la conjuntura que la facturació del centenar d'empreses productores i editores fonogràfiques de Catalunya (APECAT i PAF) s'hagi reduït un 2,4%, passant de 22,4 a 21,9 milions d'euros. El negoci digital no compensa encara les pèrdues de les vendes físiques; per tant, tot i l'augment, per exemple, de les sincronitzacions de músiques en anuncis, bandes sonores o programes de televisió (92%), la davallada de la distribució física ha suposat un 74% menys de facturació.

La dada més destacada és que en el període 2017–2018 les vendes digitals han superat el format físic, un resultat equiparable a la tendència del mercat estatal i internacional. La facturació del mercat espanyol el 2018 ha augmentat un 2% (237 milions), amb un increment de l'11% del negoci digital (169 milions) i una retallada del 14% del físic (68,2 milions). La major part del negoci prové de la reproducció en línia, que el 2018 ha crescut un 13% —sobretot a plataformes digitals com Spotify, iTunes o Deezer—, mentre que s'han reduït notablement les descàrregues (–23%). Les multinacionals dominen el mercat espanyol, i el pes de les vendes de les independents catalanes només és d'un 4,6%.

La gran novetat del negoci és la importància de l'escolta de cançons i la visualització de vídeos per internet. La consultora Goldman Sachs calcula que el 2030 hi haurà 1.000 milions de subscriptors de serveis de reproducció en línia i ha doblat la previsió d'ingressos de la indústria discogràfica que ells mateixos havien establert fa només dos anys. La facturació per reproducció en línia a Espanya ha estat el 2018 de 157 milions d'euros, les descàrregues han suposat 8 milions d'euros i els continguts mòbils, 4 milions.

Una de les dades negatives és que el 2018 ha continuat el descens de la producció discogràfica en llengua catalana, incloent-hi discos instrumentals de jazz i clàssica, amb una baixada del 16% en dos anys, segons l'estudi realitzat pel Grup Enderrock

.....

El màrqueting de continguts musicals ha adquirit un gran relleu. La immediatesa i l'enorme competència en el mercat actual han fet que cada vegada sigui més necessari pujar constantment contingut a l'ecosistema digital dels artistes, tant en els seus canals de distribució com en les xarxes de comunicació. Darrerament ja és habitual que un artista reveli tres o quatre cançons abans de publicar un àlbum —abans acostumava a ser un, màxim dos singles— i fins i tot n'hi ha que no han editat cap disc d'estudi i aconsegueixen un gran impacte digital. Les *majors* posicionen i donen difusió als temes a les plataformes de reproducció en línia a través de recomanacions, bàners i llistes de reproducció. I, de manera paral·lela, s'acompanyen dels mitjans de comunicació per desenvolupar audiències i conduir trànsit cap a les cançons.

3.2. Producció i venda de discos catalans

Una de les dades negatives és que el 2018 ha continuat el descens de la producció discogràfica en llengua catalana —incloent-hi discos instrumentals de jazz i clàssica—, amb una baixada del 16% en dos anys, segons l'estudi realitzat pel Grup Enderrock per a l'*Anuari de la música 2019*. Després d'haver arribat el 2016 a la xifra rècord de 1.219 edicions, el decreixement del 8% del 2017 (1.125 edicions) s'ha tornat a repetir el 2018, amb 1.023 discos. El descens s'ha observat tant en CD (-7%) com en format de vinil (-37%) i casset (-23%), tot i que s'han mantingut els DVD i les edicions digitals han anat a l'alça (+2%). La producció en català ha crescut al País Valencià (+12%), però ha caigut a Catalunya (-12%) i a les Illes (-5%).

La tendència a la baixa de la producció física té un contrapunt a l'Oficina del Dipòsit Legal de Catalunya, que ha comptabilitzat 1.440 edicions en total el 2018, amb un increment del 5% respecte del 2017. Després de la important caiguda de registres del 2017 (-16%), el darrer any s'han incrementat un 7% les edicions en CD, tot i que han caigut un 10% les edicions en vinil. Pel que fa a llengües, el 36% han estat discos en castellà; el 34%, en anglès, i el 26%, en català. El 4% restant han estat gravacions en altres llengües. Per tant, el recés de la producció en català no és degut a una tendència conjuntural, sinó lingüística i de mercat.

La llista dels discos catalans més venuts ha continuat el 2017-2018 liderada per *El disc de La Marató* —editat per TVC Disc i distribuït amb els diaris nacionals i la revista *Enderrock*—, que ha registrat un augment d'exemplars, de 160.000 a 167.281 unitats venudes gràcies a la compra digital. Pel que fa als líders de vendes, repeteixen el barceloní Manolo García —doble disc de platí per directe *Todo es ahora* (Sony, 2017), amb 80.000 còpies, i disc de platí per *Geometría del rayo* (Sony, 2018) amb 40.000— i el vallesà Sergio Dalma —disc de platí per *Vía Dalma III* (Warner, 2017) amb 40.000 còpies en dos anys—. S'han de destacar també les entrades fulgurants de la sesrovirenca Rosalía —disc de platí per *El mal querer* (Sony, 2018)— i la climentona Aitana —disc de platí per l'EP *Tráiler* (Universal, 2018)—, a més del debut d'Alfred García amb *1016* (Universal, 2018), que ha estat disc d'or, amb més de 20.000 còpies.

El 2018 hi ha hagut 11 artistes catalans que han venut més de 10.000 còpies físiques i digitals —respecte als 13 de l'any anterior— i també ha disminuït

la presència de música en català, que passa de 7 a 5 referències. Entre els discos en català més venuts s'han situat *Tots els meus principis*, d'Els Catarres (14.121 còpies venudes), i *Venim de lluny*, de Doctor Prats (10.674), tots dos editats per Música Global; i *Som* (RGB Suports), d'Els Pets, amb 10.888 còpies.

3.3. Edicions musicals per estils

Per copsar com s'han distribuït les edicions per estils musicals en català i instrumentals, l'evolució del 2018 mostra una preocupant i reiterada disminució del nombre d'edicions en jazz (-20%), a la qual cal afegir el retrocés del 7% en pop-rock i cançó d'autor, i sobretot del 14% en folk. Per contra, s'han recuperat, respecte al 2017, la clàssica (+6%) i la infantil (+7%). Justament en el rànquing de 25 discos més venuts en català del 2018 —tant en físic com a través de reproducció en línia— hi ha una destacada presència de música per a públic familiar (*Mic*, *El Petit Príncep*, *Black Music pels més menuts* o Dàmaris Gelabert), al costat de referències de fons de catàleg (des de Txarango a Lax'n'Busto o Antònia Font).

4. Indústria del directe

4.1. Facturació de la música en directe

La recuperació de la indústria del directe després de la crisi ha tancat el 2018 una etapa de bons resultats que es va iniciar el 2014. La facturació de 85,5 milions d'euros del 2018 suposa un increment només d'un 1,2% respecte de l'any anterior (un milió d'euros), cosa que denota el final d'un cicle. De fet, des del 2017 l'evolució positiva s'ha moderat, amb un creixement de sols un 8% en dos anys, un percentatge allunyat definitivament de l'eufòria després de tocar fons i que el 2016 s'arribés a assolir un increment de facturació de prop del 20%. A l'altre cantó de la balança s'ha situat —per primera vegada el darrer quinquenni— una important caiguda de la celebració de concerts, vinculada a una pèrdua severa d'espectadors, que el sector atribueix a la gran competència dels festivals, que concentren l'oferta en pocs artistes i que han afectat també la reducció de la programació tradicional de les festes majors.

No s'han recuperat ni de bon tros les xifres de facturació del 2008 —superiors als 126 milions d'euros—, però en els darrers cinc anys la recuperació ha permès als promotors, representants i mànagers guanyar un notable 42% de facturació. Aquests bons resultats han fet que el sector no es mostri preocupat ara per aquest canvi de tendència, sinó que atribueixi els resultats a una “normalització” de l'oferta.

El sector del directe ha experimentat el 2018 una important caiguda en el nombre de concerts i espectacles musicals celebrats a Catalunya (-12,1%) i encara més d'espectadors (-18%), com no s'havia vist en els darrers anys. Del 2014 al 2017 els concerts van créixer un 63% —d'11.841 a 19.256—, i el públic també va augmentar de manera destacada un 68% —de 7,7 a 13 milions—. La conseqüència directa d'aquest sever ajustament ha estat la pèrdua del 13% dels empleats fixos del sector. És una dada sorprenent després de les xifres tan positives del 2017, i denota

La recuperació de la indústria del directe després de la crisi ha tancat el 2018 una etapa de bons resultats que es va iniciar el 2014

.....

inestabilitat laboral i una progressiva precarització. La conjuntura actual de la indústria del directe sembla que pot estar directament provocada per la hipercompetència de festivals que han proliferat els darrers anys arreu del país.

Taula 1. Facturació, nombre de concerts, espectadors i treballadors de la indústria de la música en directe, a Catalunya (2013–2018)

Indústria de la música en directe	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Facturació de la música en directe	59.621.231 €	61.424.730 €	67.567.203 €	79.229.300 €	84.445.069 €	85.475.853 €
Concerts/espectacles	11.924	11.841	12.808	14.639	19.256	16.926
Espectadors	7.792.039	7.739.875	8.280.384	12.273.061	13.009.445	10.669.937
Treballadors fixos	267	215	238	307	417	361

Font: elaboració pròpia amb dades facilitades per ARC.

Al mateix temps, l'*Anuari de la música 2019* (Grup Enderrock, 2019) ha avaluat l'evolució d'espectadors per gèneres i formats. El resultat és interessant perquè la tendència a l'estabilització és general, tot i algunes excepcions. La presència de públic als festivals de pop-rock s'ha estabilitzat, amb un creixement d'un 2%; les sales han superat el procés de reconversió (+9%) i també han pujat circuits (+14%) i auditoris (+15%, gràcies als macroconcerts al Palau Sant Jordi). Per estils, han tingut resultats positius els festivals de públic familiar (+14%), cada cop més populars, i de cançó (+5%), de format reduït. També els certàmens de jazz han assolit dades positives (+2%), tot i que lluny del 14% del 2017. I han perdut públic el folk (-14%), la música clàssica (-7%) i les orquestres i els conjunts (-5%).

4.2. Festivals

Els principals festivals de pop-rock han guanyat a Catalunya un 2,1% d'espectadors, una xifra positiva, tot i que demostra una contundent desacceleració del sector, lluny de l'espectacular augment del 14% del 2017 i del 5% del 2016.

Els macrofestivals —més de 100.000 espectadors— han registrat un creixement imparable del 7,4%; els grans certàmens, de més de 50.000, han pujat un 7,2%; els mitjans, de 10.000 a 50.000, un 3,8%; i els petits, de menys de 10.000, un 15,4%. Els festivals privats han augmentat un 6,5% i, per contra, els públics han caigut un 1,7% i especialment les grans festes majors han perdut un 4,9% de públic. Tots els formats de festivals han guanyat públic, i l'única diferència s'aprecia entre els de titularitat privada, que pugen un 6,5% (6,6% el 2017), i els de lideratge públic o mixt, que el 2018 han perdut un 1,7% de públic (a gran distància de l'increment del 18% de l'any anterior).

4.3. Sales, circuits i auditoris

Després de l'alça d'assistents i concerts del 2016 a les sales catalanes que deixava enrere la crisi de la darrera dècada, les xifres del bienni

2017–2018 han confirmat que el sector s’ha consolidat i ha activat la fase de reconversió. El 2018 ha registrat un increment del públic (+9%) i també un lleuger augment dels concerts (+2%), de manera que ha millorat la mitjana d’espectadors. Les expectatives a l’alça són evidents a Barcelona i a la resta del país en nombre d’assistents però no tant de concerts.

La recuperació econòmica en la música en directe ja es va anunciar ara fa tres anys, però els increments del PIB a Espanya han trigat a materialitzar-se en recuperacions reals en nombrosos sectors i en les rendes dels treballadors. Les sales de concerts no han estat una excepció, i els números verds han començat a implantar-se arreu del país, tot i que les xifres prèvies a la crisi són lluny per a un àmbit de la música en viu que ha hagut de resistir en condicions molt adverses. Així, per parlar d’una restauració de la situació anterior al 2008 encara haurem d’esperar, tot i que la reconversió del sector ja permet parlar de recuperació.

Durant els anys 2017 i 2018, la progressiva recuperació del poder adquisitiu de la població i el descens de l’IVA que gravava les actuacions han afavorit la millora del sector. S’ha trencat amb la llarga ratxa d’anys de descensos i tant la xifra d’espectadors com la quantitat de concerts programats han permès assolir un major rendiment. El sector s’ha consolidat gràcies a la reforma i actualització de sales emblemàtiques com l’Apolo, La Capsa o la Salamandra, per citar-ne tres casos. Per territoris, la mitjana d’ocupació ha millorat notablement tant a la capital catalana (de 255 a 270 espectadors per concert) com sobretot a la resta de Catalunya (de 153 a 170).

Les dades del 2018 han demostrat la tendència a l’alça, així que la quantitat d’assistents a sales ha fet un salt considerable del 9% —el 2017 encara va caure un 3%—, un comportament exactament igual a Barcelona que a la resta del país. Les xifres han vingut capitanejades per l’augment de públic i concerts en un dels principals equipaments barcelonins (la sala Apolo, La [2] i La [3]), que el 2018 s’ha reinaugurat reformat en tres espais. L’increment del 34% de públic ha anat acompanyat d’un creixement adequat del 22% de concerts, ja que amb aquesta ampliació de l’aforament hi ha hagut menys artistes que omplin.

Al mateix temps, els principals circuits musicals gestionats per entitats públiques i privades han capgirat les xifres vermelles del 2017 i s’ha tornat a la dinàmica a l’alça que s’havia consolidat des del 2013. El nombre de concerts ha crescut més d’un 8%, i el d’espectadors, un important 13%, liderats pel circuit de la Generalitat i la Diputació de Barcelona (Oficina de Difusió Artística). Els circuits han registrat xifres positives, amb una suma global de 230.000 espectadors i 900 concerts el 2018. El Curtcircuit, impulsat per l’Associació de Sales de Concerts de Catalunya (ASACC) per promoure *bolos* d’artistes emergents, ha aportat un augment del 23% en el nombre de concerts i un 12% més d’espectadors. La Xarxa d’Espais Escènics Municipals de Catalunya ha fet una evolució similar, amb prop d’un 10% més de concerts i un 16% d’augment d’espectadors.

**Durant els anys
2017 i 2018,
la progressiva
recuperació del
poder adquisitiu
de la població i el
descens de l’IVA
que gravava les
actuacions han
afavorit la millora
del sector**

.....

La majoria de festivals s'han compromès a millorar la presència de dones als cartells i alguns d'ells, com el Primavera Sound o el Bioritme, ja han posat en marxa mesures per garantir la paritat a la programació

.....

5. Lluny de la paritat, en equiparació i rellevància

La presència femenina a la indústria musical catalana representa només una tercera part —al voltant del 33%—, lluny encara de caminar en termes d'equiparació i rellevància amb els homes, segons l'estudi de l'*Anuari de la música 2019* realitzat a partir de les dades de les escoles, els festivals i les empreses sectorials (mànagers, promotors, sales i discogràfiques) (GRUP ENDERROCK, 2019). En tots els àmbits, el paper de la dona és minoritari, excepte a les escoles de música, on les alumnes —sobretot als cursos elementals— són més de la meitat dels matriculats (54%), una dada esperançadora. Amb tot, és especialment flagrant la minsa representació femenina en la direcció d'empreses (16%) i en la programació artística dels festivals (23%), tal com recull la taula 2, tot i la tendència ascendent dels darrers anys. Mentre al mercat musical anglosaxó ja s'ha activat la campanya KeyChange 50:50 amb la voluntat d'assolir l'equiparació el 2020,² a Catalunya només un parell de certàmens han posat en marxa mesures en aquesta línia. La quarta onada de feminisme està posicionant les dones de la indústria on mai abans no havien arribat per conquerir els espais on se'ls havia complicat o vetat l'accés.

Taula 2. Presència femenina en el sector musical a Catalunya (2018)

Àmbit	Tipologia	Homes	Dones
Escoles de música elementals	Alumnes	46%	54%
	Mestres	67%	33%
Festivals	Dones i grups femenins	—	23%
	Grups femenins i mixtos ^A	—	38%
Indústria	Empresaris/Empresàries	84%	16%
	Treballadors/Treballadores	62%	38%

^A Per grups mixtos es consideren aquells conjunts musicals que tenen, entre els seus integrants, com a mínim una dona, i aquesta no lidera el grup.

Font: elaboració pròpia a partir de GRUP ENDERROCK (2019).

La majoria de festivals s'han compromès a millorar la presència de dones als cartells i alguns d'ells —com el Primavera Sound o el Bioritme— ja han posat en marxa mesures per garantir la paritat a la programació. La consciència social i política dels promotors és cada cop més palesa, de manera que la presència de dones als festivals s'ha doblat en els tres darrers anys. Des del 2016 s'ha passat de l'11% de veus femenines com a líders de grups al 17% el 2017 i al 23% el 2018. Si valorem globalment la presència femenina als principals certàmens, incloent-hi els grups mixtos, s'aprecia com l'evolució ha passat del 26% del 2016 al 38% del 2018, més d'una tercera part dels grups programats.

Dels 15 principals festivals, el rànquing està liderat pel Bioritme (36% d'artistes i grups femenins + 16% mixtos), pioner a aplicar un programa d'equitat de gènere transversal en tots els vessants. A més, cal valorar els resultats de dos festivals més que també han assolit la paritat global en la bretxa de gènere: el Guitar BCN (32% dones + 14% mixtos) i el Primavera Sound (30% + 18%), que el 2019 ja ha superat el 50% de

2. Vegeu KEYCHANGE [En línia]. Londres: PRS Foundation. bit.ly/2LXRjGL

veus femenines, i ha demostrat que s'ha pres la qüestió de gènere com a *leitmotiv* de la programació. Per contra, el Canet Rock —juntament amb el RockFest i el Vida— ha tornat a punxar amb la paritat (7% dones + 14% mixtos), per bé que la direcció és femenina. Amb tot, en el conjunt dels Països Catalans només s'ha passat del 14% de dones del 2017 al 16% del 2018, i els resultats han estat encara pitjors a la resta d'Espanya, on la mitjana als festivals és només de l'11% d'artistes femenines, segons dades de la base de dades Mujeres y Música (MYM).³

Per comprendre el paper de la dona en els àmbits professionals cal analitzar abans la seva participació a les escoles de música. De manera global, les dones que el 2018 han estudiat música a Catalunya són majoria i representen el 54% de l'alumnat. Però aquesta paritat va disminuint de manera dramàtica a mesura que s'assoleixen estudis de grau superior.⁴ Per contra, el professorat és sobretot masculí, i només 3 de cada 10 mestres de música són dones (33%).

Precisament, l'estudi *On són les dones en la música simfònica?*, elaborat el 2016–2017 per l'associació Clásicas y Modernas⁵ —que inclou dades de quatre grans orquestres dels Països Catalans (OBC, OSV, OSIB i OV)—, deixa en evidència la visibilitat escassa de les dones en l'autoria de les obres programades en la temporada 2016–2017 (0,9%), les compositoras (1,8%), les directores (2,9%) i els concerts dirigits per dones (2,8%).

Finalment, si abordem la presència de les dones en la indústria musical, la conclusió tampoc és positiva, ja que només representen un 38% del personal contractat —amb un 9% de directives— en companyies de management i promotores, sales i segells discogràfics. A més, només hi ha un 16% d'empresàries al sector català de la música, segons les dades aportades per les diverses entitats sectorials.

Les 72 sales de concert catalanes tenen el “millor” resultat, amb un 18% d'equipaments amb dones propietàries o direccions mixtes. Els casos més rellevants són Razzmatazz a Barcelona, amb un equip directiu format per 12 dones, o la sala Salamandra a l'Hospitalet de Llobregat, amb dues directives al capdavant. Les dones treballadores a sales representen el 42%, però tan sols un 12% tenen càrrecs directius. Per la seva banda, les empreses de l'Associació Professional de Representants, Promotors i Mànagers de Catalunya (ARC) dirigides per dones o amb direcció mixta són només un 14%, de manera que de 63 tan sols 9 tenen una direcció femenina. En el conjunt de personal, el percentatge de dones de la indústria del directe sí que assoleix un paritari 48%, del qual un 28% tenen responsabilitats directives —sobretot d'empreses petites i mitjanes—, si bé les dones només representen un 11% dels equips tècnics. Finalment, si ens fixem en l'àmbit discogràfic, les companyies dirigides per dones també són un minoritari 14%, que equival a la xifra residual de 13 segells d'un total de 91. El personal femení és també minoritari, amb només el 30%, per bé que moltes d'aquestes dones tenen càrrecs directius (43%).

Les 72 sales de concert catalanes tenen el “millor” resultat, amb un 18% d'equipaments amb dones propietàries o direccions mixtes

.....

3. MUJERES Y MÚSICA (MYM): “Mujeres músicas” [En línia]. Madrid: Mujeres y Música (MYM). bit.ly/2k5bMx6

4. Els estudis musicals s'organitzen en tres nivells: grau elemental (sense validesa oficial), grau professional (titulació oficial d'especialitat) i grau superior (títol oficial equivalent a una titulació universitària de grau).

5. ASOCIACIÓN CLÁSICAS Y MODERNAS; ASOCIACIÓN MUJERES EN LA MÚSICA; ASOCIACIÓN MUJERES CREADORAS DE MÚSICA EN ESPAÑA (2019): *¿Dónde están las mujeres en la música simfónica?* [En línia]. Madrid: Asociación Clásicas y Modernas; Asociación Mujeres en la Música; Mujeres Creadoras de Música en España; amb la col·laboració de Fundació SGAE. bit.ly/2MF2Tas

6. Conclusions

Com a conclusió, la indústria musical catalana ha assolit una certa estabilitat després de la recuperació de la crisi de la darrera dècada. La música en directe, principal font d'ingressos del sector, viu probablement una inflació de festivals, que alguns apunten que es podria tractar de nou d'una bombolla. Amb tot, el que realment ha passat és que la crisi ha transformat la realitat del panorama musical i ha convertit Catalunya en un país de festivals. Al mateix temps, aquesta implantació de nous hàbits de consum ha creat una nova generació de catalans assidus a escoltar música en directe que han trobat els seus propis nínxols especialitzats. Els propers anys veurem com aquesta tendència es concreta també en un auge dels concerts, tant de pop-rock com per a públic familiar, tal com ja apunten les enquestes de consum.

En l'àmbit discogràfic, el mercat català ha virat finalment seguint la tendència que des de fa anys ja s'havia dibuixat en el mercat anglosaxó, de manera que la facturació digital ja representa tres quartes parts del negoci de la venda de música. La producció de discos en català ha baixat els dos últims anys, però per contra s'ha reactivat la moda del llançament de cançons o singles en format digital per promoure la carrera d'un artista, al marge de les produccions discogràfiques. Aquests nous formats tenen a veure amb el consum cada cop més ampli de música a través d'internet i de plataformes de reproducció en línia.

Finalment, aquest capítol dedicat a "La música" de l'*Informe de la comunicació a Catalunya* incorpora en aquesta edició 2017–2018, per primera vegada, un estudi detallat sobre un tema candent de plena actualitat, que és el paper de les dones en l'àmbit musical, tant des de la formació, com en la gestió o en la difusió. Els resultats són contundents i demostren el biaix de gènere i com de masculinitzada és la indústria de la música. La presència femenina a la indústria musical se situa per sota de la tercera part, i per tant lluny encara de la paritat i la rellevància social i cultural. Tot i que a les escoles de música la paritat és efectiva, en les programacions i festivals —tot i l'avenç dels dos darrers anys— les dones continuen relegades a espais minoritaris i no superen un terç dels cartells. I en la indústria musical, tan sols dues de cada deu empreses de management, promotores o segells estan gestionades per dones o tenen una responsabilitat màxima compartida. La majoria dels manifestos publicats fins ara reivindiquen que la situació de discriminació ha de canviar, i que la paritat en el sector professional ha de ser real i efectiva. La visibilitat de les dones és el primer pas per generar els referents que arrossequin noves professionals perquè s'hi emmirallin. El fet que el problema sigui estructural no és excusa per no corregir les males pràctiques. No solament cal donar veu i visibilitat a les dones, sinó que també cal aconseguir que ocupin espais públics i que aquesta reivindicació no sigui una moda.

7. Referències

GENERALITAT DE CATALUNYA (2019): *Estadística de participació cultural de Catalunya 2016–2018* (pestanyes 9–10) [En línia]. Barcelona: Departament de Cultura (Generalitat de Catalunya). bit.ly/2YD34UV

GRUP ENDERROCK (2018): *Anuari de la música 2018* [En línia]. Barcelona: Grup Enderrock Edicions; Associació de Representants, Promotors i Mànagers de Catalunya (ARC). bit.ly/2m2cHyT

GRUP ENDERROCK (2019): *Anuari de la música 2019* [En línia]. Barcelona: Grup Enderrock Edicions; Associació de Representants, Promotors i Mànagers de Catalunya (ARC). bit.ly/2kiXCIO

PRODUCTORES DE MÚSICA DE ESPAÑA (Promusicae) (2018): *Mercado de la música año 2017* [En línia]. Madrid: Productores de Música de España (Promusicae). bit.ly/2K9qjCb

PRODUCTORES DE MÚSICA DE ESPAÑA (Promusicae) (2019): *Mercado de la música año 2018* [En línia]. Madrid: Productores de Música de España (Promusicae). bit.ly/2K9qjCb

