

La festa, necessitat o luxe?

Montserrat Flores Juanpere,
historiadora i membre de Carrutxa

Ha arribat la crisi econòmica i la necessitat de fer retallades en aquells aspectes que es consideren menys necessaris per a la comunitat. Ràpidament, les persones, entitats i institucions vinculades de manera més directa al món festiu s'han sentit al·ludides per una certa opinió que s'està formant segons la qual les festes estan relacionades únicament amb l'oci i l'entreteniment, supèrflues i per tant susceptibles de ser retallades.

Ha arribat, doncs, l'hora de posar sobre la taula els valors que giren al voltant de la festa, les seves implicacions amb les relacions socials i amb el funcionament de l'economia de la comunitat que les genera.

El passat 16 de juny, Carrutxa va organitzar una taula rodona amb el títol *Les festes, una necessitat o un luxe?*, amb la intenció de debatre aquestes implicacions i d'afrontar la funció i dimensions que han de tenir les festes en un context de crisi com el que estem vivint aquest 2011. Hi van ser presents Joan Roig (president de la Setmana Medieval de Montblanc), Jordi Bertran (gestor cultural), Antoni Veciana (de la colla del Bou de Reus) i Marc Navarro (tècnic de festes de l'Ajuntament de Reus).

Les intervencions de tots quatre van anar dibuixant un panorama ben ric de factors, conseqüències, dimensions i col·lectius que es relacionen amb la festa. Ben lluny de considerar-la un esdeveniment que passa en un dia i una hora concreta sense tenir més implicacions, es va tornar a posar de manifest allò que tantes vegades hem explicat amb l'expressió que la festa és un fenomen humà global.

Festes i comunitat

Tal com va fer notar l'Antoni Veciana, les festes sorgeixen de la necessitat humana de relacionar-se, tan bàsica com la d'alimentar-se o la de perpetuar l'espècie. A nivell de comunitat, la festa serveix per tal de mostrar-se enfora d'una manera positiva (quants pobles només surten als mitjans només per successos i per festes?), afirmar-se com a col·lectiu i enfortir les relacions internes, un aspecte que els darrers anys està demostrant tota la seva importància.

A través de la festa, les persones es relacionen, comparteixen un espai i uns referents, coneixen aspectes del patrimoni cultural que han heretat o al qual s'estan incorporant. Ja ha esdevingut un tòpic parlar de la festa com a vehicle d'integració dels novinguts, i el tòpic es confirma cada vegada que un xiquet o una xiqueta arrossegueu els seus pares a participar en aquells actes festius que li han explicat a l'escola.

La festa serveix per posar de manifest alguns dels valors que guien de manera més profunda la societat que les celebra. Qualsevol forani que aquests dies aterri a les places i carrers de Reus hi veurà una ciutat que participa, que aporta iniciatives i respecta les aportacions dels altres, que es relaciona de manera fluïda, que gaudeix i alhora fa autocrítica satírica, que valora aquells elements del patrimoni cultural – material i immaterial– que hem rebut del passat. Una ciutat amb aspectes que grinyolen i reivindicacions col·lectives que, quan s'escau, també es fan presents a la festa.

La festa no es fa, la fem. Si apropem el zoom, constatarem que els qui hi participen realitzen tasques que els enriqueixen com a persones, ja sigui en aprenentatges concrets o en la manera d'establir i vehicular les relacions humanes. La festa esdevé una escola de formació personal en què, fins i tot, moltes persones han fet les primeres passes cap a la seva vocació en àmbits professionals ben diversos.

Ara bé, valorar la festa no vol dir donar per bona la situació tal com està. Jordi Bertran va posar de manifest el perill d'ésser addictes a les novetats festives en si mateixes, i de caure en la infantilització o la homogeneïtzació de la festa.

Festes i economia

Si entrem en el vessant econòmic (ara que sembla que allò que no és rendible no tingui dret a existir), hem de pensar que les festes generen activitat econòmica en si mateixes, començant per l'aspecte més elemental com és adquirir la pólvora, les robes, les fustes, les flors i les decoracions. Tots aquests productes els preparen i els venen persones i, per tant, generen uns guanys a tercers. Bars i restaurants veuen augmentats els seus guanys i, de vegades, han de contractar més treballadors durant uns dies. Els concerts, les actuacions i els espectacles donen feina a un sector econòmic vinculat al món artístic i de serveis. Els guanys de la festa ajuden a sostenir l'economia d'algunes entitats.

Les fires, amb l'esforç que s'hi aboca, serveixen per donar a conèixer sectors econòmics. No descobrirem res si esmentem que hi ha pobles i ciutats que durant tot l'any van rebent un degotall de visitants –i d'ingressos– fruit de la promoció que significa el renom d'una festa que s'hi celebra un cop l'any. Parlem de grans exemples com la Setmana Medieval de Montblanc o d'altres més petits com la Truita amb Suc d'Ulldemolins, un cas en què l'esforç de bona part del poble aporta guanys econòmics que repercuteixen en la vida de la població.

Quan l'administració aposta per la festa com a element identitari i de promoció de la ciutat, es poden utilitzar recursos com els materials promocionals o de merxandatge que acaben contribuint a finançar les despeses de la festa. D'aquesta manera, un got amb la imatge del gegant indi o una reproducció dels nanos esdevenen un element de difusió de la festa, un objecte de record i alhora un producte amb dimensió econòmica. En el cas de Reus, Marc Navarro va explicar que la inversió inicial en productes de

merxandatge de festa major es va recuperar en la meitat del temps que s'havia previst, la qual cosa demostra que es pot fer amb rendibilitat.

En un moment com l'actual en què es demana que l'administració doni suport al creixement econòmic, en què es qüestiona la dependència cap a grans sectors econòmics com la construcció i es parla de buscar altres camins, en què tots els esforços per reactivar l'economia són necessaris, és si més no imprudent menysprear aquestes vies d'activitat que impliquen tantes persones.

Qui paga la festa?

Altra cosa és preguntar-se qui i com ha de pagar la festa. A la taula rodona es va plantejar si calia continuar amb la política dels darrers anys, en què majoritàriament és l'administració (municipal, sobretot) qui n'assumeix totes les despeses. A diferència de dècades anteriors, no es demana la col·laboració del públic en el finançament, amb escasses excepcions.

Probablement, aquesta situació ha deixat de ser viable i caldrà mirar al passat per recuperar i readaptar fórmules a través de les quals els ciutadans contribuïen a la festa perquè s'hi sentien implicats o perquè n'obtenien prestigi personal. Aquestes fórmules – captes, subhastes de llenya o de la primera dansa, rifes de mones– es poden anomenar avui patrocini i, tot sigui dit de passada, es continuen utilitzant en molts altres contextos festius: pobles, barris i festes petites com ara Tots Sants –rifes de panellets, a Reus.

Cal plantejar-se també fins a quin punt les fórmules de finançament actuals han pogut implicar poca responsabilitat cívica en el plantejament d'actes i elements festius. És a dir, si un mal ús de l'anomenada *cultura de la subvenció* ha portat a crear actes i elements sense prou rerefons social.

La festa en la crisi

En el context actual, ben lluny d'abandonar les festes o convertir-les en un passatemps anecdòtic o residual, cal que mantinguin la seva utilitat social, ja que la societat es veu afeblida i alguns dels seus valors com el respecte, la igualtat i la integració es qüestionen.

Perquè aquesta funció continuï essent possible, cal buscar noves formes de participació en el finançament de la festa, que poden ser reinterpretació de fórmules antigues. La imaginació haurà d'ajudar a buscar l'autonomia i l'autogestió.

Reus, 24 de juny de 2011

Publicat inicialment a www.reusdigital.cat (27/6/2011)