

Idees per la música :: 2

Reflexions sobre gestió musical

REFLEXIONS SOBRE GESTIÓ MUSICAL

Idees per la música :: 2

Tots els articles inclosos en aquesta obra, excepte*, estan subjectes a una llicència Reconeixement –No comercial– Sense obres derivades 2.5 Espanya de Creative Commons. Per veure'n una còpia, visiteu:
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/es/>

Sou lliure de copiar, distribuir i comunicar públicament l'obra amb les condicions següents:

Reconeixement: heu de reconèixer els crèdits de l'obra de la manera especificada per l'autor o el llicenciador.

No comercial: no podeu utilitzar aquesta obra per a finalitats comercials.

Sense obres derivades: no podeu alterar, transformar o generar una obra derivada d'aquesta obra.

Quan reutilitzeu o distribuïu l'obra, heu de deixar ben clar els termes de la llicència de l'obra.

Alguna d'aquestes condicions pot no aplicar-se si obteniu el permís del titular dels drets d'autor.

Els drets derivats d'usos legítims o altres limitacions reconegudes per llei no queden afectats pel dit anteriorment.

* *Música llibre: Introducción a un nuevo paradigma para la música del siglo XXI*, d'Oscar Abril Ascaso. Llicència especificada per l'autor al propi text.

Ha participat en la definició dels continguts d'aquest llibre la Taula de l'Observatori de Música de Barcelona, formada per: Anna Cerdà, Pedro de Cos, Luis Hidalgo, Ferran López, Carles Llàcer, Marc Lloret, Xavier Maristany, Víctor Nubla, Jordi Oliveras, Oriol Pérez, Martí Perramon i Javi Zarco.

Autors: Olga Abalos, Oscar Abril Ascaso, Luís Hidalgo, Dimas Rodríguez i Jordi Turtós.

Correcció de textos: Gemma Lleixà i Xesco Vidal.

Disseny i maquetació: Xavier Alamany.

Coordinació: Andreu Viñas, Cristina Tascón i Jordi Oliveras.

Indigestió Musical SL
Apartat de Correus 9042.
08080 Barcelona.
info@indigestio.com
www.indigestio.com

Primera edició: març de 2008.

Dipòsit legal: B-8491-2008

Imprès a Cevagraf.

- 7 INTRODUCCIÓ**
Jordi Oliveras
- 11 VIDEOCLIPS: TEMPS DE CANVIS**
Dimas Rodríguez
- 21 VIDA Y MILAGROS DE LOS FESTIVALES MUSICALES**
Luis Hidalgo
- 31 LA FUNCIÓN DE LA CRÍTICA MUSICAL**
Jordi Turtós
- 47 L'AUTOESTIMA DE LA CLASSE DE MÚSICA**
Olga Àbalos Cuevas
- 57 MÚSICA LIBRE: INTRODUCCIÓN A UN NUEVO
PARADIGMA PARA LA MÚSICA DEL SIGLO XXI**
Oscar Abril Ascaso

INTRODUCCIÓ

Jordi Oliveras *Director d'Indigestió*

Malgrat la seva presència aclaparadora, la paraula gestió no viu el millor moment. La gestió és això que fan els empresaris i els polítics i sembla que no sempre ens facilita la vida. La gestió és també el que ens fan fer a la feina, als bancs, a hisenda i, segons com ho mirem, a tot arreu, i ens angoixa. Tot es gestiona. Ser ciutadans i viure al món occidental implica dedicar molta energia a “fer les coses bé”, a participar de l'ordre. Gestionar és superar mil peatges per poder viure aquí. Davant d'això, sembla lògic que parlar d'intel·ligència emocional, valorar la intuïció i cercar camins espontanis per millorar la vida i, si pot ser, enriquir-nos igualment –com prometen alguns llibres d'autoajuda–, tingui bona premsa. Són conceptes que prometen o, si més no anuncien, la possibilitat de viure la nostra vida sense gestionar tant.

Com en tantes coses, la contraposició és una simplificació. Si, com diuen els diccionaris, la gestió és “cadascuna de les diligències que hom fa per aconseguir alguna cosa” (DIEC), sembla lògic concloure que potser és una activitat inevitable en qualsevol vida individual o col·lectiva en què hom vulgui fer “alguna cosa”. Potser el problema està en un altre lloc. La sobrecàrrega que ens suposa la gestió és senzillament la conseqüència lògica de la quantitat creixent de coses que ens acabem proposant de fer i la seva sofisticació.

La música també es gestiona, tot i que alguns ho voldrien evitar (fins i tot alguns mànagers, alta contradicció). M'atreviria a afirmar que és un dels àmbits culturals en què més persones estan disposades a manifestar el rebuig a totes aquestes diligències per aconseguir alguna cosa. I és potser perquè, en el fons, hi ha alguna mena de contrasentit entre la lleugeresa i el caràcter aeri del fet musical i la pesantor de segons quines accions. La música és lliure, espontània i efímera, i no té res a veure amb comptes d'explotació i tots aquests quadres que dibuixen amb els programes Excel o Powerpoint els que parlen de gestió.

Quan es parla de gestió alguns pretenen parlar d'una mena de ciència exacta que compta amb una única direcció correcta per a l'execució de les accions. Gestionar, per a ells, vol dir “fer les coses ben fetes”, i sota aquest eufemisme s'hi solen amagar objectius que, com que són tan presents, ningú considera relativitzables.

Evidentment, el primer és l'objectiu econòmic. Fer les coses ben fetes vol dir obtenir els màxims guanys amb els mínims recursos. I si traslladem aquesta idea a alguns dels debats actuals sobre la música, ens adonarem que, per a molts, també és l'objectiu principal de la gestió musical: "Què farem si la indústria discogràfica no fa diners?" I també: "De què viuran els músics si no és dels drets d'autor?" Una altra de les expressions recurrents, entre moltes altres, és: "Però és que la gent no s'adona que la cultura és una font de riquesa?"

No obstant això, la gestió no és tan matemàtica com diuen. No sempre és igual. Això queda clar quan canviem d'objectiu. Segons el que ens proposem caldrà fer coses diferents. Una campanya de publicitat per vendre molt un artista moltes vegades no coincidirà amb una campanya fidel al seu missatge. La conducció en una carrera de curt termini no pot ser la mateixa que en una de llarg recorregut. Una programació musical amb un objectiu educatiu no pot ser la mateixa que una programació que persegueix la màxima audiència.

És pertinent, doncs, preguntar-nos si les coses es podrien fer d'una altra manera. Si el que fem és adequat als temps que corren i sobretot a allò que voldríem fer. El repte és fer neteja i gestionar d'una altra manera. Potser hem assumit grans maquinàries per viure la música d'una magnitud que ja no necessitem. Potser aquestes maquinàries, les cadenes de gestió creades, de vegades han acotat el camí de la música posant límits a la creativitat i a l'expressió. Canviar el model de gestió és molta feina. Cal revisar moltes maneres de fer que ara donem per bones. En aquest llibre potser no arribem tan lluny, però sí que fem un pas en aquesta direcció.

Tres dels articles inclosos fan referència a elements que intervenen en la gestió de l'activitat musical: la realització de videoclips, l'organització de festivals i la premsa musical. Tots tres són o han estat canals per fer que la música ens arribi. I en tots els casos hi ha evolucions i crisis que per excés o per defecte han canviat l'activitat. Els altres dos articles, en canvi, fan referència al futur. Al futur que ve o que hauria de venir. La gestió de l'educació i la necessitat de repensar els drets d'autor. Qüestions que realment viuen un moment candent. Així, els cinc articles qüestionen qualsevol pretensió de considerar estàtiques aquestes activitats. Al contrari, deixen constància d'allò que és una evidència: en l'activitat musical tot s'està bellugant. Potser la pregunta que quedarà pendent és si aquest moviment en el marc de la

gestió també afecta la música i la canvia des d'un punt de vista creatiu.

El llibre fa un esforç, així ho hem volgut des del primer moment, per situar aquests temes –que probablement tenen repercussió en bona part del món– en l'àmbit de Catalunya. En alguns casos, revisant el passat i les arrels en cada àmbit i, en altres, assenyalant-ne la repercussió actual a casa nostra o bé descrivint anècdotes significatives. Ens sembla un exercici imprescindible i, també, la principal aportació que podem fer com a organització singular. El comentari de fenòmens que són globals en el món occidental ha de tenir en compte la realitat local per apropar-se a la possibilitat d'actuar des d'una certa autonomia cultural.

Les visions que engloba aquest llibre no defugen la subjectivitat dels seus autors, i està bé que sigui així. Potser és cert que en algun dels àmbits comentats hi ha motius per ser més optimista que en altres, però també està clar que la mirada d'aquell que l'escriu impregna el to de la revisió. Malgrat tot, en tots els casos hi ha equilibri. Un equilibri que ens agrada: ni mirades apocalíptiques ni triomfalismes fora de lloc. Tots dos extrems ens abocarien a la passivitat. En canvi, tal com estan formulats, tots els textos obren les portes a l'acció.

Per acabar, podem tornar al principi: si gestionar és una activitat profundament arrelada a la nostra manera de viure, també ens ho podem mirar a l'inrevés. Després d'una immersió més o menys detallada en àmbits tan específics com ara el desplegament dels festivals a l'Estat espanyol en els darrers anys i la reconversió dels videoclips, de cop i volta tot ens remet de nou al mateix lloc, a preguntar-nos com afecta tot això la nostra cultura i quines connexions té amb la nostra manera de viure. Segur que n'hi ha.

VIDEOCLIPS: TEMPS DE CANVIS

Dimas Rodríguez Periodista i guionista

Una atractiva targeta de presentació d'un grup; un banc de proves per a un realitzador ascendent, consagrat o novell; un recurs promocional habitual; un ham excitant que amplia la perspectiva que podem tenir d'una banda i que il·lustra visualment el seu repertori... Com es pot posicionar el videoclip, en plena ebullició al segle XXI? De quina manera el podem definir? Encara és necessari? Cadascú té les seves raons per decantar-se per un sistema o per un altre i desxifrar el valor intrínsec d'un format que tot i les inclemències de les modes i les tendències no mostra símptomes de cansament. És senzill rebobinar fins als inicis del videoclip, l'any 1975, quan "Bohemian Rhapsody", de Queen, es va adjudicar el títol de primer clip de la història. Després van venir les peces dels enigmàtics The Residents, proclamats inventors dels clips i responsables de les primeres obres que es van rodar en aquest format per ser distribuïdes fora de les sales comercials. A partir d'aquell moment i seguint un trajecte que arriba fins demà mateix, la resposta a la funció actual del clip és optimista i es pot alçar el polze quan se'l considera el que no ha deixat mai de ser: una eina magnífica que, ben utilitzada, pot arribar a regalar a l'espectador fotogrames preciosos, composicions magnífiques que bateguen amb vida pròpia i s'instal·len amb naturalitat en el seu imaginari personal. Per què ens hem de negar el plaer de gaudir d'una col·lecció d'escenes que ens intenten vendre, des de diferents òptiques i amb diversos criteris artístics, un grup i una cançó? I encara menys quan aquest mecanisme avança amb emoció i es converteix en una finestra sensorial on, durant uns minuts, el que és impossible esdevé real. D'això es tracta i, amb més o menys fortuna en la resolució final, aquesta és la seva premissa inicial. El pacte és endinsar-s'hi, asseure's bé i gaudir del viatge en silenci i amb els ulls ben desperts. Les preguntes, les solucions, els dubtes i les reflexions, si és que apareixen, ja sorgiran després. Ara, només cal seguir la remor hipnòtica que acompanya un clip especial.

Una signatura: a la recerca d'un autor

El dia 1 d'agost de 1981, la televisió per cable nord-americana MTV iniciava les emissions amb un videoclip del duet britànic The Buggles, el socorregut clip de la cançó "Video killed the

radio star". Més de dues dècades més tard, MTV s'ha convertit en un gegant de mitjans de comunicació aclaparador, discutit i estimat i odiat a parts iguals, que fins i tot ha allargat la mirada fins al Japó, la Xina i Llatinoamèrica. Actualment, potser el millor aval de qualitat que té és la pàgina web www.mtv2.com, farcida d'informació musical i de constants idees visuals, però el vertiginós creixement de la cadena ha nodrit de clips tot un ventall de generacions que han crescut avesades a un tipus de llenguatge i a una estètica determinada. Així, des del primer moment, els codis propis del clip s'han instaurat amb naturalitat en l'educació cultural visual d'un espectador que, entre constants bombardejos d'estímul, ha vist com moltes troballes narratives o efectes de muntatge s'intercanviaven amb la publicitat i el cinema. La formació de nous realitzadors –que, a banda de la seva possible afiliació a altres disciplines artístiques com són el cine, els còmics, la literatura o la pintura, han crescut omplint-se els ulls d'imatges de clips– ha forjat una nova manera de "mirar" o, com a mínim, una escola de professionals que moltes vegades han exercitat el seu estil en aquest format.

L'aparició de l'MTV, que ha estat seguida en els intervals de temps posteriors per programes especialitzats en la matèria i espais musicals de diferent volada, ha contribuït de manera cabdal a forjar aquest singular mestratge. Així, el clip ja fa molts anys que no ens és estrany. En canvi, qui sí que era un estrany, o més aviat un desconegut, era el responsable final d'aquestes petites pel·lícules musicals. Durant anys, la figura del realitzador de clips ha passat per alt en molts programes on s'exhibien els seus treballs. La fitxa tècnica dels clips no s'emetia i el públic massiu s'havia acostumat a consumirlos sense plantejar-se que darrere d'aquelles originals imatges hi havia una signatura determinada. Ni tan sols el *chyron* que anunciava el nom del grup en qüestió i el títol del senzill anava acompanyat d'una dada que el relacionés amb el director. A excepció d'alguns espais insubornables i a contracorrent com, en el nostre cas, l'alliçonador i ja clàssic *Metròpolis* (nascut l'any 1985 i actualment relegat a la segona cadena de Televisió Espanyola i a uns horaris que van més enllà de mitjanit), la figura del director de clips no es tractava. Més enllà dels estudiosos i de les ànimes inquietes, ben poques persones sabien en el seu moment que, per exemple, el magnífic "Thriller" era obra del cineasta John Landis, que "Ashes to Ashes" estava codirigit pel mateix David Bowie i

que l'excel·lent i ombrívola factura de molts dels clips de The Cure eren responsabilitat del realitzador britànic Tim Pope. Eren apunts valuosos per descobrir que darrere d'un artista de renom també hi havia un creador que contribuïa amb el seu talent visual a pentinar o repentinat la imatge del grup, a jugar a envoltar la formació d'una atmosfera determinada i a donar una interpretació lliure, o més o menys fidel, de la cançó interpretada. La rúbrica estava amagada o, més aviat, no era un signe transparent: semblava un detall anecdòtic de l'engranatge habitual que acompanyava el destí promocional dels treballs audiovisuals.

L'avenç de la tecnologia va ser qui va acabar jugant a favor de l'usuari mitjà de videoclips. L'aparició d'Internet i la seva explosió i generalització durant els anys noranta va fer que l'aficionat pogués accedir progressivament a una inesgotable base de dades en què, amb molt pocs passos, podia gaudir de tota la videografia d'un artista. La xarxa es presentava com un camp abonat per redactar biografies, curiositats i entrevistes d'aquells artistes que fins aquell moment només reconeixien els especialistes i estudiosos dels clips o bé els companys de professió.

Amb el temps, les productores especialitzades en videoclips –començant per les més importants i referencials i continuant per altres de més desconegudes o amb dinàmiques de menys envergadura– van dissenyar les seves pàgines web principals amb biografies de tots els seus realitzadors i una selecció completa o parcial dels seus treballs més destacats. Així, qualsevol que hi entrés a consciència o per casualitat podia visionar i associar les imatges que potser ja havia vist en algun programa musical de televisió amb la figura del seu responsable final. La possibilitat de traçar, per ordre cronològic, la trajectòria d'un realitzador, de descobrir-ne les constants, els tics i l'evolució ja era possible, per tant, a través de la xarxa. La recerca facilitava la descoberta de pàgines que s'han acabat convertint en guies essencials per als afeccionats i professionals de l'àmbit del videoclip: webs com ara *www.thedirectorsbureau.com* –una productora guiada per Roma i Sofia Coppola que aglutina una cantera de realitzadors brillants i col·lectius artístics que han treballat per a solistes i bandes com ara Patti Smith, Radiohead, Beck, Morrissey i Lambchop– i *www.partizan.com* –una comunitat internacional de directors que té ports a Londres, Los Angeles, Nova York i París i compta amb un impressionant despla-

gament de noves promeses i artistes consagrats com ara el reverenciat Michel Gondry.

Considerat un dels mestres actuals del videoclip, Gondry va ser un dels primers protagonistes de la sèrie de DVD que Directos Label va treure l'any 2003 amb el nom de *The Works of...* El títol anava seguit del nom d'una primera espasa del camp de la realització de videoclips i espots publicitaris i la idea era compilar els seus treballs més destacats i acompanyar-lo de rareses, material difícil de trobar i alguna curiositat. Al costat de Michel Gondry, van treure el cap en els primers volums de la col·lecció dues figures com són Spike Jonze i l'idolatrada Chris Cunningham. Una tríada espectacular que es presentava d'aquesta manera en societat, deixant clar que al darrere de molts dels videoclips i anuncis més innovadors i sorprenents dels últims anys hi havia una signatura única. Així, el realitzador era tractat amb nom propi, com un autèntic artista, i la seva obra era comercialitzada amb èxit en grans magatzems, videoclubs, cinemes i botigues especialitzades. Aquesta iniciativa va ser un pas molt important per apropar el perfil d'alguns creadors visuals al gran públic, per deixar el circuit més restringit i estrictament especialitzat i per fer un salt més ampli.

La col·lecció va continuar amb volums dedicats a l'obra d'altres professionals del pes d'Anton Corbijn i Jonathan Glazer i, mentrestant, les revistes i els programes de tendències internacionals se'n feien ressò entrevistant o descrivint l'obra i la personalitat d'aquests mags singulars, a la seva manera. També cal indicar que la publicitat i, de vegades, el salt al cinema, molt celebrat, d'alguns dels noms més ovacionats del clip ha ajudat a fer-ne créixer la popularitat. Més endavant, la creació de magnífiques eines com MySpace i YouTube i l'aparició de fenòmens com els blocs ha contribuït a crear una xarxa d'informació tan fascinant i àmplia com qüestionable i subjectiva. Amb tots els mecanismes que hi ha actualment és fàcil posar-se al dia i fer-se una idea de quins són els col·lectius, les productores i les signatures que hi ha al darrere dels videoclips i espots publicitaris actuals més incandescents així com de totes les petites pel·lícules que tenen èxit per la seva inventiva, sentit de l'humor o prosa artística.

A més, tot aquest desplegament de mitjans hi ha afegit una veritat transparent: la democratització de la figura del creador. Qualsevol pot agafar una cançó del seu grup preferit o, per què no?, del seu propi grup, realitzar un clip i penjar-lo a Internet.

YouTube, sense anar més lluny, s'ha erigit en un ric i divers aparador de treballs *amateurs*, professionals i de primer, segon o tercer grau, segons l'ull que els miri. El seu contingut atapeït és de consulta obligatòria, malgrat la política de censura que imposa la pàgina i l'inevitable selecció que l'usuari ha de fer per separar les aportacions flonges i l'acudit curios dels autèntics tresors. Les connexions es toquen i el dia a dia regala anècdotes reals com la que enllaça, per exemple, el guitarrista i cantautor de Portland, M. Ward, amb el realitzador català Santi Aguado. Fascinat pel disc del trobador nord-americà, *Post-War* (2006), Aguado va escriure a Ward i li va proposar fer un videoclip amb la cançó "Requiem". El músic va rebutjar la proposta amb elegància i li va argumentar que no havia pensat il·lustrar cap de les cançons del seu disc amb un videoclip. Sense perdre l'entusiasme, el realitzador va preferir no insistir i va decidir fer ell mateix el clip en unes inquietants rodalies de Barcelona. El folk sincer i arrossegat de M. Ward seguia les tribulacions d'un vell que semblava el protagonista involuntari d'un *western* crepuscular. Unes imatges suggerents que van convèncer Ward quan va rebre el vídeo acabat. La resposta va ser tan favorable que, renegant de la seva opinió inicial, va dir a Santi Aguado que aquell seria el videoclip oficial de la cançó. "Requiem" va ser exhibit amb èxit a YouTube i uns mesos més tard va guanyar el primer guardó del Festival Diba, el Digital Barcelona Film Festival, del 2007. La reflexió és que actualment el músic i el realitzador poden tenir un diàleg directe, sense mitjancers, a través d'Internet, canalitzador d'una nova realitat. I continuem mirant.

Una mirada: els videoclips actuals a Catalunya

A la concisa pregunta "Qui voldries què et fes un clip?", formulada des de fa més de sis anys al programa cultural del Canal 33 *Silenci?*, moltes bandes i solistes de casa nostra responen, com és natural, amb peticions de directors estrangers com els citats anteriorment. Però també, en els últims anys, la mateixa pregunta ha trobat respostes sinceres que dibuixen un lògic estat de la situació actual a Catalunya, un mirall que enfoca els temps de canvi i l'elasticitat del rol del creador. Només cal que ens fixem amb una de les respostes més interessants: "Avui dia tothom té algun amic que fa clips. Dins de qualsevol banda pot passar que algun dels components faci clips o que conegui algú que en faci. Te'l pots fer tu mateix a casa i després penjar-lo a Internet." Sense anar gaire lluny, els

excel·lents Love of Lesbian van comprovar que el seu baixista Joan Ramon Planell podia agafar una cançó de l'últim disc de la formació catalana, "Cuentos chinos para niños del Japón" (2007), i representar-la a la seva manera. És a dir, amb un pla fix i personificant, ell mateix, un grapat de personatges delirants. El divertit resultat, evidentment, es pot trobar en les inquietes ramificacions de YouTube.

D'altra banda, la llista de realitzadors estrangers escollits en un principi arran d'aquesta pregunta de *Silenci?* també ha acceptat modificacions i ara hi ha qui cita en veu alta directors locals que ja han fet molts fotogrames demostrant que tenen un estil propi i que són capaços d'il·lustrar una cançó amb imaginació i amb un resultat impecable. Entre els citats hi ha cineastes com ara J. A. Bayona, un exitós debutant amb la pel·lícula *El orfanato* i que s'ha forjat visualment amb clips celebrats per formacions com ara Camela o OBK, que són en realitat notables exercicis d'estil i homenatges als seus gèneres preferits. Ell mateix assegura que prové "d'una generació de realitzadors que ha crescut mirant els films de Truffaut, les pel·lícules de Spielberg i moltíssims videoclip... Serà curiós comprovar quin tipus de pel·lícules faran els futurs realitzadors, és a dir, la generació que ha crescut mirant Tarantino i *Gran Hermano*.

Altres realitzadors catalans, com ara Joel Rojas, viuen i veuen el videoclip des de davant i darrere de la càmera. Vocalista del grup de punk ballable i funk-pop mutant It's Not Not, Rojas forma part, amb Marc Molina, del col·lectiu artístic The Hands. Amb aquest nom han signat clips per als It's Not Not, per al combo de Vilanova i la Geltrú Tokyo Sex Destruction i per a artistes com ara Cooper. Joel Rojas veu el seu doble vessant professional amb seguretat: "En el meu cas, com que sóc el cantant de la banda és divertit posar-te a l'altre costat i intentar veure de quina manera es pot representar la cançó. Jo crec que la base és fer alguna cosa artística amb, com passa sempre, molt poc pressupost. Et serveix com a "book" i tot i que has fet un clip amb uns recursos mínims, et va bé perquè els altres vegin el teu estil i t'ofereixin nous treballs o et cridin per fer produccions amb un pressupost més elevat". De fet, la banda del realitzador i muntador d'Igualada forma part del segell Bcore, una entitat discogràfica barcelonina que amb més de quinze anys d'existència ha estat de les primeres a compilar a Catalunya en DVD tots els videoclips de les seves bandes –*Bcore 100* (2003)– per celebrar l'edició de la referèn-

cia discogràfica número cent del segell, i *Fruits of the Season* (2006). Amb aquesta filosofia, Bcore també va apostar per editar el DVD *We should take our chances* (2005), en què entre diferents tipus de material de la banda Cabrils Madee s'adjuntaven tots els videoclipls que els havia realitzat el director Víctor Rins.

Jordi Llansamà, principal responsable del segell, explica aquestes iniciatives: “Nosaltres fem molts clips a l'any i treballem amb realitzadors diferents. En aquest cas, vam pensar que ja que havíem invertit en els clips, seria una bona iniciativa editar aquests DVD, ja que hi hauria gent que els voldria tenir. Després, amb el pas del temps, veus que això no és gens rentable, econòmicament, ja que, entre altres motius, si la gent vol un clip ara se'l pot descarregar d'Internet. A més, és un material que les televisions i les múltiples webs que hi ha ara poden utilitzar sempre que el necessiten. També pot passar que les televisions no acabin d'entendre que produccions més atrevides, com ara “Quiromancia”, de Nueva Vulcano, siguin un clip, però en aquest cas després s'ha vist que és un dels videoclipls que ha rebut més comentaris favorables”. Aquestes propostes són exemples aïllats, però fermes, del fet que hi ha, com a mínim, la preocupació des d'alguns sectors de no deixar que l'obra es perdi dins del corrent que imposa el mercat de consum. És a dir, que el clip perduri d'alguna manera. També són finestres per on s'enfilen realitzadors d'aquí amb ganes d'imaginar i crear a partir d'una cançó: Kenneth Santos, el duet format per Carlos Royo & Sergi Durán, i Marçal Forés.

El realitzador valencià, però resident a Barcelona, Luis Cerveró també ha contribuït amb el DVD *Eclectia* (2006) a escriure la seva personal carta d'amor a, com diu ell en les notes interiors, “una de les experiències més boniques del món: la conjunció de música i imatges”. Cerveró, un director amb una posada en escena delicada, amb detalls atrevits i que dóna prioritat als detalls poètics, s'encarrega a *Eclectia* de fer una selecció dels treballs d'alguns dels realitzadors més destacats del panorama estatal. Ell mateix explica: “Allò que és veritablement important a l'hora de seleccionar un grup de creadors és la seva personalitat, la seva mirada. I en aquest sentit era important reunir totes aquelles persones que independentment de la seva opció ètica i estètica fessin bé la seva feina, amb una mirada sincera, coherent i personal”. Entre els noms escollits hi figuren artistes catalans amb una llarga trajectòria dins del terreny del videoclip i professionals amb pet-

jades encara incipients: David Alcalde, el citat J. A. Bayona, Iván Domínguez, Marc Lozano, Benet Román i també pioneres a Catalunya com ara Núria Monferrer i Pilar Sanz (fundadores de l'actual productora Ritaclip! i copropietàries, l'any 1987, de la desapareguda Maru Basamon Producciones, la primera productora especialitzada en vídeos musicals d'Espanya). Tots ells són creadors que continuen operant, amb més o menys assiduitat, en un format que agraeix la suma de talents i l'abordatge des de perspectives fresques.

Productores barcelonines de fornada jove com ara Nanouk Films han aglutinat al seu voltant personalitats com ara el mateix Luis Cerveró i realitzadors amb l'ull de Lope Serrano, Álex Villagrasa i Víctor Carrey. En el seu currículum hi figuren des de clips per a Andrés Calamaro fins a aconseguides recreacions de temes de bandes d'aquí com són Mishima i Gallygows. "El pressupost –assegura el productor Oscar Romagosa– és molt petit, de vegades ínfim, però per a una productora és molt interessant fer clips, sobretot quan comença. Et serveix per entrar en contacte amb molts realitzadors, per veure com treballen i, de passada, et permet elaborar una bobina amb tots els treballs que vas fent. A més, és un treball molt artístic i crec que val la pena invertir temps i esforços per fer aquestes petites pel·lícules". Romagosa afegeix: "L'èxit dels DVD *The Works of Directors* va possibilitar que molta gent s'adonés de cop de qui eren Gondry i Cunningham i també va incentivar la idea que els clips podien arribar a ser un producte per comercialitzar. Un realitzador amic meu estava molt enfadat quan va veure que sortien aquests DVD perquè deia que ara molts copiarien l'estil de Gondry. Jo penso que tenim realitzadors molt bons aquí i que hi ha un gran respecte i interès pel format que ha anat creixent i evolucionant a mesura que s'han obert més possibilitats per accedir als clips. És clar, sempre et pots trobar gent que no considera els clips tan seriosament, però imagina't tota la gent que està pujant ara. Molts són joves que tenen tots els mitjans per fer un clip a casa, que tenen una cultura visual brutal i que fa molts anys que dissenyen com serà un clip".

Davant l'oferta ingent de realitzadors, també hi ha segells que prefereixen concentrar-se en molt pocs artistes per donar una marca especial als clips dels seus grups. Bankrobber compta amb els efectius de Pol Ponsarnau i Raúl Cuevas per atorgar una singularitat a les seves produccions de vídeo. Xevi Riembau, un dels responsables d'un segell que batega entre

la Bisbal de l'Empordà i Barcelona ho argumenta: "Nosaltres quan pensem en realitzadors, apliquem la mateixa filosofia que quan pensem en els artistes que reclutem. Sempre hi ha d'haver també una vinculació especial. Per a nosaltres els clips són importants perquè ofereixen una imatge concreta del músic o del grup, ens permeten moure la cançó pels mitjans, fins i tot quan el disc ja no és novetat, i generen drets d'autor. Confiam amb els clips com a mitjà de promoció i sense traïr el concepte artístic."

Pla final

Encara es pot demanar més repercussió per als clips, més difusió, però actualment revistes amb la popularitat de *Rockdelux*, *Ruta 66* o *MondoSonoro* ja inclouen una secció de clips. Programes de televisió com ara l'esmentat *Silenci?* (C33), *Fórmula Videoclips* (urbeTV), *El retrovisor* (urbeTV), *Ritmes.clip* (C33), *Bad Music TV* (l'Hospitalet de Llobregat i la xarxa de televisions locals), *Òrbita Música 1* (xarxa de televisions locals) o *Loops* (C33) exhibeixen videoclips antics i nous i, en alguns casos, fan reportatges dels realitzadors del moment, tant locals com estrangers. A banda, del 31 de gener al 4 de febrer d'aquest any es va fer la primera edició del Musiclip, un festival dedicat íntegrament al videoclip. I festivals com ara el Diba (Digital Barcelona Film Festival) dediquen seccions senceres a parlar dels creadors, productores i col·lectius més influents i innovadors del moment dins d'aquest camp.

Mentre arribem al final d'aquestes línies, els brillants Antònia Font presenten el seu nou disc *Coser i cantar* i l'acompanyen d'un DVD amb els seus clips, com ja van fer en el disc *Taxi* (2004). És un detall que afegeix relleu a la personalitat de la banda mallorquina i valida la sensació que el clip continua sobrevolant la idea d'instrument només merament promocional per esdevenir un pinzell amb possibilitats artístiques. Ha plogut molt des que el realitzador català Sergi Capellas va signar aquell llunyà "La estatua del Jardín Botánico" (1983), reconegut com el primer videoclip fet a l'Estat espanyol. Des de llavors i fins demà mateix, el clip es continua articulant a través de nous canals de distribució i d'ulls nous que s'han educat amb referents diferents. En qualsevol cas, val la pena continuar observant el videoclip com un quadre obert, nu, amb la possibilitat de ser tacat, esquitxat o manipulat sense prejudicis i amb un criteri final. En el fons, només és tracta de saber "mirar", de voler "mirar".

VIDA Y MILAGROS DE LOS FESTIVALES MUSICALES

Luis Hidalgo *Periodista*

Del amanecer a la más profunda oscuridad de la noche saltándonos mañana, mediodía, tarde y anochecer. En un plis plas. Esa es la brevísima historia de los festivales de música al aire libre en España, país que en 1.992 era un erial. Antes estuvo *Canet* y mucho después sólo el *Espárrago Rock*, en 1.989 adelantó el aluvión de propuestas “festivaleras” que estaban por llegar. Desde hace escasamente cinco años extraña la existencia de una localidad sin su correspondiente festival. Aquí nadie quiere ser menos que el vecino. ¡Bienvenidos a las verbenas del nuevo siglo!

En línea con ello, el punto de vista de la prensa ha evolucionado, o mutado cabría decir, con celeridad. Hace aún pocos años los festivales eran saludados como maná propiciado por el acercamiento de nuestro país a los estándares culturales del extranjero. Los festivales nos homologaban, nos acercaban a Europa, permitían que tanto artistas emergentes como consagrados incluyesen nuestro país en sus giras y abrían la posibilidad de enriquecimiento musical del público.

Hoy en día lo más común es atribuir a los festivales los males más variados, hacerlos blanco de menosprecio y hastío, así como objetos de desapego. Esa es la tendencia, al menos entre la prensa especializada, para quien realmente no están pensados los festivales de verano. Otro plis plas. Que “guay” fueron cuando eran pocos y Benicàssim tenía lugar en aquel insólito velódromo.

Espurios y excluidos

Sea por lo que fuere, España es un país de extremos. No es este lugar para recordar cómo se pasó del *Espárrago Rock* hasta la actual situación. A pesar del fracaso de un festival como el *Doctor Music*, por cierto el único que observaba una intención generalista e invocaba directamente el modelo extranjero de festival al aire libre, los festivales se mostraron pronto como un reclamo para el público que curiosamente no veía satisfecha su curiosidad musical a través de los medios tradicionales de comunicación. Fue quizás el *Festival Internacional de Benicàssim* el que mostró cómo crecer gracias a un público inexistente para las grandes radios y canales de televisión del país. Compartía modelo con el *Doctor Music*, pero la audiencia a la que se dirigía estaba mucho más definida. Apeló a los excluidos.

Casi de manera simultánea, el *Sonar*, cuya música tampoco sonaba en la radio, aportó un modelo de festival que hoy sólo comparte su originalidad y apertura de miras con el *Periferias*, ejemplar certamen multidisciplinar que se celebra anualmente en Huesca y que no exprime físicamente a su público al escampar su programa en dos semanas. El *Sonar* sí lo hace, como los demás festivales veraniegos, pero complementa su vocación lúdica con otras intenciones. Así, mientras casi todos los festivales destacan por su marcada vocación festiva, tanto el *Sonar* como *Periferias* ofrecen a su manera un encuentro entre los diversos vectores del negocio de la música, creaciones que no sólo afectan a ésta, absoluta apertura estilística, exploración y riesgo. Y ninguno de ambos se celebra al aire libre.

A grandes rasgos, el resto de los festivales, descontado el caso del *LEM* barcelonés, un festival de exploración, de apego a un territorio –el barrio de Gràcia– y de originalidad tanto en contenidos como en la forma de ofrecerlos, mantienen el vector lúdico como eje principal de su propuesta. A ello ha respondido la prensa con cierto desdén hacia aquellos que deciden consumir el fasto a la brava, guiado por motivaciones espurias –intercambio de fluidos, acampar lejos de papá, emborracharse o ponerse literalmente hasta las cejas tal y como lo hizo Michel Houellebecq en Benicàssim 2000, donde a las 17:00h de la tarde estaba tambaleándose borracho hasta que la modorra lo fulminó sobre el césped pocos minutos después–. Según este conspicuo ángulo de análisis, a los festivales sólo se puede asistir movido por el escrupuloso interés archivístico. Sin duda no hemos llegado a entender de qué se trata. Por suerte Julian Temple sí lo comprende, como lo prueba el documental “Glastonbury”, un retrato emocional enfocado desde la perspectiva de la celebración. Esta última, siendo el gran motor de los festivales, es a menudo desdeñada por el analista local.

Aclarado este aspecto, no cabe olvidar que precisamente sólo desde la perspectiva emocional es cuando los festivales al aire libre adquieren todo su sentido. La combinación de ocio, libertad, cierto grado de aventura, contacto con amigos, estancia en una ciudad desconocida y horarios extremos complementan la oferta musical que atrae a cada persona a su festival. Resulta meridiano que en el plano estrictamente musical los conciertos se ven mejor de uno en uno, sin embotar ni saturar la capacidad de retención, concentración y disfrute. Y por lo general las salas acostumbra a estar mejor acondicionadas.

Pero es que un festival no es solo música. De ahí su atractivo. Y el que no sea solo música no quiere decir, como muchos afirman despechados, que la música no cuente. Al contrario, la música es el primer argumento a la hora de seleccionar un festival. No debe desprenderse de ello que el público sepa en todo momento a quien está escuchando, dónde nació la tipa que canta en ese instante o cómo se titula el último disco del cuarto grupo en actuar en el escenario Espuma Fijadora Enhiesta. El público acude atraído por la propuesta musical genérica de cada festival, y eso lo hace desde el burgués entrado en años que se pega un fin de semana en hotelito de montaña para ver en *Pirineos Sur* a La Tambura, como el “marinero” que acude al *Sonar* a meterse más pastillas que un jubilado con arritmias. La música mueve a ambos.

Dineros de otros mundos

Claro que en un país dado a los extremos, la proliferación de festivales propia de los últimos años, ese sarampión súbito y voraz, está generando numerosos problemas, producto de una conducta que podría resumirse en la frase “nos estamos volviendo locos, no nos hemos dado cuenta y en el caso de haberlo hecho nos da igual”. Los primeros que se han vuelto locos son los ayuntamientos, organismos que han encontrado en los festivales la manera de situar su localidad en el mapa. Estamos en la “Era de la Promoción”. Todo sea por salir en el cierre del telediario, cuando en medio de unas imágenes siempre iguales, unos comentarios siempre desatinados y una aproximación al tema propia de coger el rábano creyendo que se trata de una zanahoria, el presentador de turno citará el nombre de la localidad en cuestión. A eso se le llama impacto. También puede llamarse despilfarro que distorsionará el mercado, inflado por una disparatada afluencia de fondos públicos, pero esta frase es más larga que “impacto”. Así que nada que hacer. Menos aún considerando que la notoriedad es un bien en sí mismo.

No sólo los ayuntamientos han descubierto los festivales. Las marcas comerciales que tienen como objetivo el público que asiste a los mismos también han encontrado su vehículo promocional en ellos. Vale que no consiguen que Lorenzo Milá diga FIB Heineken, con o sin esa caída de ceja tan seductora, ni tampoco que La Vanguardia escriba el nombre comercial completo del *Wintercase* o del *BAM*, pero por razones de mercadotecnia que se le escapan a todos menos a los comerciales

de estas marcas, las cerveceras, tabaqueras y demás firmas que quieren vender el mundo a los jóvenes insuflan millones y millones en los festivales.

El último grito promocional ya consiste en inventarse las salas. Una vez explotados los festivales, Movistar ha creado su propia sala en Barcelona, una carpa que cuesta muchísimo sonorar pero que a discográficas y promotores les va como anillo al dedo. Allí no cuentan los precios del mercado, sino lo que la firma patrocinadora esté dispuesta a pagar para luego contar que Fulanito o Menganito “confirmó su éxito en el *Espacio Movistar*”. ¡Viva la promoción!

Eso genera más inflación, más distorsión de mercado, una situación cada día más irreal y por contra un campo de tiro al pato para las agencias internacionales de contratación.

Sir Henry Morgan

Porque es en Inglaterra o Estados Unidos donde España suena a jauja. Hasta hace cuatro días aún pensaban que íbamos en taparrabos y sólo bajábamos de los árboles para ir a misa, mientras que ahora saben que también lo hacemos para acudir a los festivales. Como hay tantos como iglesias y vivimos en un mercado regido por la oferta y la demanda –la inmoralidad también juega, pero no viene al caso–, los agentes, y muy en especial los ingleses, en cuya sangre hay abundantes rastros de Francis Drake y Henry Morgan, sólo han de esperar que los festivales pujen hasta el sinsentido para acabar dando el plázet a quien haga la oferta más irracional. Y eso para que el grupo actúe por lo general una hora, porque ya se sabe que la duración de un concierto en un festival acostumbra a ser más corta. Más por menos. Eso no lo predijo ni John Locke. Ahora mismo España es para los agentes internacionales algo parecido a una convención de simios hambrientos pugnando por la última banana del planeta. Y la tienen ellos.

Otra característica de los festivales en España es su contumacia por agruparse en el calendario. Bien se sabe que España no es un país de circunstancias meteorológicas extremas, de manera que entre pongamos abril y bien entrado septiembre hay tiempo para abrigar un festival sólo bajo el cielo. Pues no, todos los festivales se han de concentrar en un par de meses, más que nada para aturdir al público, marear a los medios de comunicación y obligarlos a hacer eso que tanto les gusta: meter en un mismo paquete al *La Mar de Músicas* y al *Viña Rock*. ¿No son ambos festivales?

Y ojo al dato. Nuestros festivales suelen marcar unos períodos de exclusividad que obligan al artista a no actuar en la zona o el país en un período determinado antes y después de su actuación en el festival en cuestión. ¿Nadie se ha dado cuenta de lo difícil que es ver en una sala a los artistas de perfil independiente justo antes de un gran festival? Quien sale resentido por esta situación no es tanto el público, que sí, sino las salas de conciertos, verdaderas víctimas de la proliferación de festivales en España. Sí, es cierto que la crisis del disco ha alimentado la industria del directo, y eso ha disimulado que las salas tienen cada vez más complicado contratar artistas de cierto relieve. Desde luego, en la temporada veraniega ya se pueden ir despidiendo, porque si hay un festival en el mismo período tanto el artista como el agente desestimarán la sala. Las razones son varias: por un lado los festivales, en buena medida patrocinados bien por el sector público bien por una marca comercial, pagan mucho más al no estar tan obligados a calcular la rentabilidad individual de cada artista; por otro lado, es sabido que los festivales dimensionan al alza la asistencia a las actuaciones, de suerte que alguien completamente desconocido puede aspirar a tener ante sí un centenar de personas aunque actúe a las cuatro de la tarde, en el escenario más lejano e inhóspito y bajo un sol que para sí hubiese querido Ennio Morricone.

La novia abandonada

La cuestión es que de tanto huevo estamos matando a las gallinas. Porque aunque los festivales sean estupendos, permiten descubrir artistas nuevos, hacer amistades, intimar con estas amistades y luego hacer más amistades mientras se descubre a otro nuevo artista, la gallina que pone los huevos se llama sala de conciertos. Un mercado equilibrado es el que precisamente permite a sus clientes afrontar la forma de consumo que estimen más oportuna, optando entre otras cosas entre el consumo pausado de un concierto en sala y la atractiva barahúnda de un festival. Al fin y al cabo donde aún hoy siguen haciéndose los artistas no es tanto en los festivales como en las salas, espacios en los que miden su distancia con el público, apuran sus recursos y aprenden el abecedario elemental de su oficio. Si no hay espacios donde el oficio se aprenda, a la larga éste está condenado a desaparecer. Es por ello llamativo que en otros países donde la oferta de festivales puede ser similar a la española, aunque no en su

distribución geográfica, las salas siguen alimentando el circuito básico, pues es en ellas donde no sólo se forma el artista, sino también el público. Sólo España mantiene ese desaforado florecimiento que, además, sólo en nuestro país hace directamente la competencia a las salas. Es más, rizando el rizo resulta ser que algunas salas de conciertos juegan a las dos cartas, de suerte que la sala Apolo está tras el *Primavera Sound* y la sala Razzmatazz lo está tras el *Summercase*, *Wintercase*, *Creamfields* y *Weekend Dance*.

Así las cosas, podría decirse, trazando un paralelismo con el comercio convencional, que los festivales son a los conciertos en sala lo que los supermercados son a las tiendas. En un festival puede uno sentirse como paseando entre los lineales de un "macro", haciendo pequeñas catas de los productos expuestos y apuntando aquellos que han complacido para más tarde adquirirlos. Por el contrario, la sala ofrece el detallismo del pequeño comercio, ofrece un entorno más individualizado, promueve una relación más cercana entre artista y público y la variedad de lo programado resulta, aunque parezca lo contrario, mucho más amplia y variada. Porque los festivales, como los supermercados y el libre mercado, prometen variedad para finalmente acabar ofreciendo monopolio encubierto, homogeneidad.

Homogéinizo, luego existo

Y es que un festival ha de ser homogéneo para atraer a su público. Probablemente una de las causas del fracaso del *Doctor Music Festival* fue que no ofreció un cartel orientado en la misma dirección. Tras una primera edición venturosa, el programa de las siguientes deparó mezclas insostenibles que acababan por descontentar a todo el mundo. Quien iba a ver a Extremoduro, no comprendía la presencia de Brand New Heavies en el mismo cartel. Tirios y troyanos, churras y merinas, Blur y Mojinos Escocíos. Sólo en festivales fuertemente dotados de personalidad, —véase el caso de *Periferias* nuevamente—, y que no concentran la oferta en tiempo y espacio, la apertura de criterio y una selección que abarque diferentes estilos y corrientes es comprendida como un elemento destacable por su interés. Sólo en festivales cuya personalidad se cimenta en la búsqueda, en la memoria y en la ausencia de prejuicios es factible una programación abierta.

Los demás, y conste que no es una recriminación, han de jugar la carta estilística. Lo curioso es que casi todos los festi-

vales, o al menos los más reseñables, apuestan por similar registro y por un perfil de público muy similar. Es el público que no sólo compra discos por Reyes o para agasajar a un amigo por el cumpleaños, sino que tiene una vinculación más estable con la música. Por eso muchos festivales optan por el sustrato independiente para dar forma a su personalidad. El resultado de ello es que apenas hay espacio para un buen montón de estilos musicales. Sin ir más lejos, sólo dos festivales en España prestan oídos a la música negra: el *Sonar* y *Periferias*. De nuevo ellos. Sí, *la Mar de Músicas* también lo hace, y *Pirineos Sur*, incluso la *Groove Parade* de los Monegros, pero en los dos primeros casos se trata de otro tipo de negros. Así llegamos a la paradoja de que lo que prometía diversidad acaba restringiendo la oferta.

Nada que resulte extraño, es al fin y al cabo el paradigma de nuestra sociedad. Si a un individuo le gusta la crema de mariscos elaborada por sopas Campbell nada mejor que comprársela al tendero de la esquina. Él la conseguirá y si conoce tus gustos y es buen profesional, garantizará que jamás te quedes sin ella. En el lineal de un super puede desaparecer porque Liebig ha hecho una mejor oferta de precio a la cadena y tu crema de mariscos se convertirá en sopa de pollo. Y más vale que te guste. Así pues la aparente diversidad resulta en ocasiones una realidad falseada, y la especialización alcanza niveles de surrealismo tales como la del *Viña Rock*, exitoso festival que reivindica el “arte nativo” apelando a un sentimiento autárquico francamente penoso.

Barcelona, ese sinsentido

Como corresponde a una ciudad vital como Barcelona, pionera en muchos de los campos asociados a la música actual –aquí se asentaron las multinacionales, aquí enraizó el jazz, aquí nació el *Doctor Music Festival*–, la extremada oferta festivalera vive sus situación más paradójica. Los festivales se multiplican y dada esa tendencia del ayuntamiento a considerar la música en directo como una fuente de problemas, todos se asientan en el mismo espacio. El Fòrum es la Disneylandia de los festivales, y desde Chenoa a Cat Power pasan por este espacio para ponerse en contacto con su público. Fiel a una capacidad de previsión cuyo límite se sitúa en la semana que viene, el ayuntamiento pareció haber olvidado que en breve se asentarán en las inmediaciones del Fòrum unos vecinos que habrán pagado una fuerte suma por un piso. Se habrá de

convenir que a pagar la hipoteca no ayudan los berridos de Lemmy Killmister a eso de la medianoche. ¿Alguien quiere apostar por dónde se romperá la cadena? No hace falta, las autoridades ya se plantean regular los horarios para permitir que los vecinos descansen. Los festivales serán capados y la tijera desprenderá de los mismos eso que tanto atractivo les otorga: aquello imprevisible ligado a la desmesura.

Esta Disneylandia ayuda a desdibujar aún más los contornos de los festivales que allí se alojan. Sí, Pluto tiene las orejas largas y lacias, mientras que Micky Mouse las tiene redondas y enhiestas, pero ambos habitan el mismo paraíso animado. No debe olvidarse que los festivales también se distinguen por la personalidad de su entorno, por las condiciones de habitabilidad y por muchos otros detalles ligados a su ubicación espacial. Todo ello desaparece de un plumazo en el Fòrum, por otra parte enclave idóneo para cierto tipo de festivales. La cuestión es que quizás esta unificación de recinto-albergue no hubiese sido un problema cuando cada festival tuviese asentado su perfil, pero ahora, con muchos de ellos buscando su espacio vital, todo resulta un guirigay que conduce a olvidar en qué festival actuaron Air, Wilco o New Order. Claro que eso sólo pasa en Barcelona, ciudad que acoge el grueso de los acontecimientos de este perfil.

Por cierto, que ni en la distribución geográfica los festivales han atendido las necesidades del público más alejados de los circuitos internacionales. Si Barcelona es una plaza fuerte y Bilbao otra, pues allá que van los festivales. Madrid ha quedado un poco al margen, pero su playa en Benicàssim les hace las veces de patio de casa. Aunque cada vez más orientado hacia los ingleses. Una de las ventajas de los festivales, ofrecer un compactado de artistas que de otra manera sería imposible ver en Murcia, pongamos por caso, se diluye al llover sobre mojado. Somos estupendos.

Póngame dos cañas, unas bravas y treinta conciertos

¿El futuro? A estas alturas es aventurado vaticinarlo. Cabría esperar que los festivales no repitieran modelo, estilo y, de forma muy especial, forma de poner en contacto público y artistas. Reformular el encuentro entre ambos es una de las asignaturas pendientes de los festivales, muy acomodados en su papel de catálogo anual, de pasarela de últimas tendencias donde el público sólo mira. En este sentido cabe señalar que ni tan siquiera el *Sonar* ha sido capaz de darle la

vuelta al papel del escenario en la música, todo y que la electrónica prometía diluir la idea tradicional de artista y de representación. Aunque sobre el mismo no haya nada que mirar, un disc-jockey resulta tan plástico como un oficinista, el escenario sigue existiendo como centro concitador de atención. Por muchas lucecitas que haya en el hangar.

Con respecto a la pervivencia de los festivales sólo decir que en primero de economía deben explicar que la oferta desmesurada tiende a mantenerse poco tiempo, y que el mercado (ese ser invisible aunque determinado por el artículo) pondrá a cada uno en su lugar. En román paladino: que habrá alguien que se la pegue. Falta saber cuanto adelgazará el circuito de clubs, cuanto se reirán aún de nosotros los agentes extranjeros, cuantos medios conciertos nos faltan por presenciar y cuantas localidades tendrán su segundo de gloria en labios de Lorenzo Milá. Lo que está confirmado es que este verano volverán a haber puñaladas entre festivales, que de nuevo se disputarán fechas, localidades y artistas.

Lo que parece indudable es que España está destinada a ser la discoteca de Europa. Mientras nuestra estupidez no nos conduzca a cobrar las cervezas a precio de Campos Elíseos, que hacerse ya se hace, tendremos nuestro atractivo. Sol, buena comida, cierta permisividad –cada día más en entredicho– y los mismos músicos que les gustan a los guiris. Ese parece nuestro futuro, ser una verbena bajo el sol.

Y de nuevo malas noticias para los músicos locales, cuya ubicación en los festivales resulta cada día más complicada. O bien actúan a primera hora de la tarde, bajo el sol, con la digestión a cuestras y suspirando por una cerveza helada, o si el festival quiere cuidarlos los sitúa en horarios estelares, con lo que la ausencia de extranjeros, cuya presencia en los festivales es cada día más notable, dejará al artista en mantillas, sólo apoyado por el público local. La solución no parece fácil.

Pero este y otros problemas habrán de ser resueltos antes de que finalmente las grandes multinacionales del espectáculo dominen todos los resortes del negocio. Ya existen empresas que dominan a los promotores, a las salas más importantes y a los festivales. Tener bajo control al artista parece ya una nimiedad. Es por ello que los festivales no dejan de ser, al menos en España, la punta del iceberg de una industria, la musical, que nunca ha tenido los pies asentados en la tierra. Sólo así se explica que en apenas cinco años hasta en los telediarios se hayan enterado de que los festivales musicales existen.

LA FUNCIÓN DE LA CRÍTICA MUSICAL

Jordi Turtós

Periodista musical (Espécimen en vías de extinción)

Todo lo que aquí se dice es producto de la observación y del análisis personal que, a lo largo de más de cuatro décadas, ha conformado y forma aún mi criterio respecto a la música popular contemporánea a partir de lo que he visto, oído y leído. Simplemente. Por tanto, todo puede ser discutible y discutido. No pretendo sentar cátedra.

Para ser justa, es decir para tener razón de ser, la crítica debe ser parcial, apasionada, política, es decir hecha desde un punto de vista exclusivo, pero desde un punto de vista que abra el máximo de horizontes.

Charles Baudelaire

L'expérience interieure. Méthode de méditation

Crítica: Arte de juzgar de la bondad, verdad y belleza de las cosas.

Cualquier juicio formado sobre una obra artística.

Censura de las acciones ajenas.

Murmuración.

Conjunto de opiniones emitidas sobre cualquier asunto

Criterio: Norma o regla para conocer la verdad.

Juicio o discernimiento

Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española

Crítica: Judici sobre les qualitats i els defectes d'una obra literària, artística, etc.; art de jutjar el valor, les qualitats i els defectes d'una obra literàri, artística, etc.

Crític: El qui expressa la seva opinió raonada sobre una obra jutjant-ne el valor, les qualitats i els defectes; el qui exerceix la crítica literària, artística, etc.

Pompeu Fabra

Diccionari general de la lengua catalana

La crítica es una de las virtudes que nos concede la cultura, uno de sus atributos más nobles y, al mismo tiempo, una de sus armas más peligrosas. ¿Qué significa criticar? ¿Qué valor tiene una crítica? ¿Qué pretende, a quién se dirige? ¿Cuál es, por tanto, su función?

Para buscar un punto de partida en el ámbito de la crítica de la música popular contemporánea, permítanme que recurra al

que, en mi opinión es el pionero indiscutible de la crítica musical catalana, el primer gran periodista, cronista, crítico musical respecto al ámbito de la música popular: Sebastià Gasch (1897-1980).

Decididament, davant d'un panorama tan desolat com aquest [se refereix al mundo del arte plàstic], val més apartar-se de la pintura amb la seva agonia lenta. Decididament, davant d'un panorama tan desolat com aquest, resulta molt més divertit en aquest país ocupar-se de política o de boxa, de music-hall o de cinema.

Sebastià Gasch

"Una gràcia de qualitat, per l'amor de Déu!" *Anti*. N° 1 V/1931. Citat per Joan M. Minguet Batllori en el pròleg de *Barcelona de Nit. El món de l'espectacle* de Sebastià Gasch. Parsifal Edicions. Barcelona 1997

Gasch és el primer crític-cronista de una realitat musical que retrata la Barcelona de la primera mitad del segle XX con una pluma afilada, con un sentido literario más que perspicaz y con una elocuencia tan crítica como fotográfica. Gasch és el primer gran crítico musical catalán tal y como vamos a entender la crítica musical.

He aquí un fragmento de una crítica sobre Carmela (Carmen Amaya) que escribía en el semanario *Mirador* durante los años 30:

La Carmela s'apodera tot seguit de l'espectador amb l'enèrgica convicció del rostre, amb les seves prodigioses disclocacions de malucs, amb l'embriaguesa de les seves piruetes a la segona, en les quals l'ardor animal s'alia a la precisió russa, amb la rabiosa bateria dels talons i amb el joc variat dels seus braços, que tan aviat s'enlairen, excitats, com cauen abandonats, morts, al llarg del cos, moguts únicament per les espatlles.

Sebastià Gasch

Barcelona de Nit. El món de l'espectacle, pag. 71. Parsifal Edicions. Barcelona 1997

Gasch describe, retrata, fotografía, documenta, despierta la curiosidad del lector ante tan apasionado descubrimiento. Gasch es el iniciador de una manera de inscribir la crítica de espectáculos en el periodismo moderno.

Tras él, otros nombres se añaden a la lista de pioneros del periodismo musical que va haciendo de la crítica el ámbito definitorio del oficio periodístico aplicado a la música popular

de nuestro tiempo: Antoni Tendes (que escribía sobre jazz en *El Diari de Tarragona* de los años 30), Joan Tomás, Pere Casadevall, Pascual Godes (estos dos últimos fundaron la revista especializada "Música Viva" que más tarde se convirtió en "Jazz Magazine" 1935-36).

La Guerra Civil y la derrota de la República supuso un corte, una fractura que marcó profundamente el devenir cultural de Catalunya. Significó también el fin de un sueño de libertad, de unos cambios sociales que el siglo XX aún no había asumido. La posguerra fue un tiempo de penurias y de censura, en los que escribir de música era limitarse al folclorismo dominante según el modelo falangista de los Coros y Danzas de la Sección Femenina o del flamenquismo franquista de la canción y la copla sensiblera que desde la radio se profería (de "España para los españoles", "Café de Chinitas" ...), en busca de la empatía lacrimógena ("El emigrante", "Amigo conductor", "Mi jaca", "Soy minero", "La bien pagá", "Soy un pobre presidiario"....) a diestro y siniestro. Bajo la dictadura, la crítica (incluso la musical) vivía bajo el peso de una autocensura ejercida desde el miedo.

Sólo el jazz parecía poder disfrutar de la singularidad y por tanto de la catacumba elitista en la que se podían expresar libremente los criterios en los que aquel estilo se movía y evolucionaba artísticamente ante la ignorancia y desconocimiento general. Afortunadamente, el jazz, en sus cavas y subterráneos, fue lugar de encuentro clandestino de músicas e ideas que el tiempo maduró en actitudes y convicciones con las que, más adelante, enfrentarse al régimen.

A partir de los años 50 y de la explosión del Rock & Roll, ya no sólo como estilo musical sino como cultura juvenil que socialmente rompe moldes y establece un nuevo marco de actuación entre generaciones; la crítica musical se adaptará a los nuevos tiempos siguiendo, esencialmente, los mecanismos y modelos anglosajones importados y adheridos a la nueva cultura musical.

Buscar entre los pioneros significa recordar nombres como los de Armando Matías Guiu, Manuel Vehí, Albert Mallofré, Pepe Palau, que a principios de los 60 sentaron las bases de la incipiente crítica musical escrita.

A finales de aquella década y principios de los 70, hay que acudir a una generación de periodistas musicales que se fraguaron en la radio: Ángel Casas, Constantino Romero, José M^a Pallardó, Carlos Carrero, Rafael Turia, Joana Stier, Lluís Crous,

Claudi Montañá, Jordi García Soler... y que fueron el núcleo creador de *Vibraciones*, la revista que marcó un antes y después para la crítica musical en España a partir de la publicación de su primer número en octubre de 1974.

El rollo de la buena música ha cogido un cuerpo vibrante aquí y los trajes periodísticos inventados hasta hoy se van quedando estrechos, amateurs, anticuados... Sirven, probablemente –y salvo muy honrosas excepciones que el mismo público se ha cuidado de seleccionar y seguir fielmente– para los objetivos comerciales de cierta música consumista que goza igualmente de auge en todo el mundo, pero fatigan y dejan de interesar cuando el aficionado ha madurado su gusto musical y lo ha convertido en exigencia.

“Fe de Bautismo” Editorial en *Vibraciones*. Nº 1. Pag. 3. Octubre de 1974

Es cierto que poco antes *Popular 1* había visto la luz y que *Disco Express*, desde finales de los sesenta, había abierto un nuevo camino para el periodismo musical más allá de las revistas de fans, pero es sin duda *Vibraciones* el punto de partida de la prensa musical especializada dispuesta a mantener un criterio y a defender una nueva línea de difusión musical basada en la heterodoxia, el eclecticismo y en un sentido crítico coherente y fiel a unos tiempos en los que el franquismo agonizaba y las jóvenes generaciones ya habían tomado partido y posición ante los cambios inexorables que se avecinaban.

A partir de entonces y, sobretudo, en la segunda mitad de los 70, la crítica musical explota con toda su hermosa virulencia en las innumerables revistas de ámbito no sólo musical que aparecen haciendo de Barcelona la capital estatal de la prensa musical. La música se alió con el cómic, la literatura, el pensamiento, la ecología, la contracultura..., es decir, con todos los aspectos de las ideologías efervescentes desde Mayo del 68: *Star*, *Ozono*, *Ajoblanco*, *El Viejo Topo*, *Sal Común*..., vinieron a enriquecer la crítica musical desde ópticas diversas, a veces dispersas, pero siempre enriquecedoras de un panorama que por entonces se distinguía por la novedad y por el compromiso.

Incluso la radio, la emergente Frecuencia Modulada se incorpora en la difusión de la música con criterio periodístico, con espíritu selectivo y con ganas de ir más allá de las simples listas de éxito. Desde la FM2 de Radio Barcelona a Radio Juventud, analizadas globalmente por su programación; hasta

programas puntuales (El Clan de la Una, Al Mil por Mil, Trota-discos...), la música es difundida con sabias dosis de humor y entretenimiento, pero sin obviar la información inherente a los movimientos y estilos musicales de aquella década efervescente.

Ya en los 80, el éxito estatal de Radio 3 eclipsará en el espectro radiofónico los experimentos de radios libres y emisoras municipales que en Catalunya, una vez más, muestran caminos alternativos a la cultura oficial; la Campana de Gràcia, Ràdio Pica, Ràdio Ciutat de Badalona o Ràdio Obrera forjan programas musicales diferentes que definen un tiempo en el que la industria discográfica se traslada a Madrid, que estrena capitalidad democrática en unos tiempos inestables que dan paso a una transición a todas luces imperfecta, demagógica y posmoderna en la que triunfa una “movida” que el tiempo demostrará tan superficial como huera.

Aquello lo aprovechará una industria que, concentrada en Madrid, capital del poder político, económico e informativo, desarrollará el terrible modelo radiofónico de la radiofórmula con la que reducirá el éxito musical al concepto del superventas. Ya sólo importarán las cifras de ventas y del concepto plural de público o públicos pasaremos al singular de audiencia, es decir de un número determinado de oyentes, o de ventas. Con ello, a partir de 1985, la realidad musical del país empieza a cambiar e, inexorablemente, toma el camino marcado por los criterios industriales que trata la música popular como un producto más, o en concreto, como un mero producto de consumo juvenil.

Hasta entonces, la crítica musical se ha ido desarrollando de manera autodidacta desde los medios en los que se expresa. La televisión se apunta al modelo del superventas a pesar de los esfuerzos de comunicadores como Carlos Tena, Diego A. Manrique, Moncho Alpuente, Gonzalo García Pelayo, Paloma Chamorro, Ángel Casas y un largo etc. que desde el UHF, más tarde *La 2*, intentan abrir ventanas a la música desde una perspectiva no comercial.

Sólo la prensa escrita, diaria o mensual, va a recoger el periodismo musical con capacidad de consolidar el género sin olvidar un mínimo espíritu crítico. La revolución informativa que supuso la aparición de *El País*, en 1976, influye positivamente en el resto y no hay diario que no conceda un espacio considerable a la información musical. *Diario de Barcelona*, *El Correo Catalán*, *El Noticiero Universal*, *La Vanguardia*, *Avui*, *El Mundo*

Diario..., dedican espacio a la actualidad musical en la que se desarrollan de manera autodidacta algunos géneros. En ellos podemos leer a Ángel Casas, Xavier Sardà, Carlos Carrero, Ernest Callís, Mingus B. Formentor, Albert Mallofré, Llätzer Moix, Jordi García Soler, Moya Argeler, que irán introduciendo en los 80 la figura del crítico de música pop, al mismo nivel y prestigio del crítico cinematográfico, teatral o literario. Eso sí, son críticos de nuevo cuño que basarán su oficio en la empatía que logren con sus lectores, generando la esencia de lo que, con el tiempo, será la crítica musical entre nosotros: un culto al personalismo basado en la credibilidad que transmite el crítico para con sus lectores-seguidores; es decir, una relación individual entre crítico y lector sustentada por la empatía emisor-receptor.

La década de los 80 y buena parte de los 90 ha constituido la época dorada de la crítica musical en la prensa escrita gracias, también, a la necesidad de los postulados posmodernos ansiosos de descubrir nuevas vanguardias allá donde no las había. España era un país ávido de modernidad empujado a alcanzar el tren del desarrollo a través del Mercado Común Europeo, La Alianza del Tratado del Atlántico Norte y de todo aquello que pudiera subvencionar la europeización de un país lleno de telarañas y donde el polvo del pasado, levantado por la transición, se escondió bajo las alfombras de la Zarzuela y la Moncloa.

La música fue símbolo indiscutible de modernidad, la nueva ola, el post punk, el nuevo rock periférico, dio alas y pingües beneficios a la industria discográfica española que realmente nació en los 80 gracias a artistas del país que, por primera vez, rompieron récords de ventas y abarrotaron estadios y plazas de toros; programados, eso sí, por el erario público que inflacionó los emolumentos de los artistas estatales aún en fase de crecimiento.

La gallina de los huevos de oro fue rápidamente exprimida, siguiendo una de las atávicas costumbres nacionales: coge el dinero y corre. A principios de los 90, la independencia discográfica era absorbida por las multinacionales y los ayuntamientos vieron como sus presupuestos para fiestas y festejos no podían continuar derrochando el dinero público y engrosando las cuentas de artistas aún en proceso de formación.

Pero aquella época vio encumbrar a una nueva clase periodística, joven, moderna y exquisita integrada por las firmas que en diarios y revistas definieron las líneas generales del nuevo

periodismo musical. *Vibraciones* había dejado paso a *Rock Especial* y este a *Rock de Lux* a mediados de los 80. En el 86 nacía *Ruta 66* y con ella una manera alternativa de defender las minorías.

En cualquier caso, los principios de la coherencia, el criterio propio y la consecuente formación de un espíritu crítico nacional dio paso a una prensa que, en muchos aspectos, alimentó un cierto sectarismo y dogmatismo que, con el tiempo, tampoco ayudó al desarrollo de una cultura musical de amplia cobertura. Apareció entre la crítica musical un cierto cripticismo formal, un ansia de ser el primero en descubrir grupos, estilos y creadores ignotos, remotos y singulares, que provocó un alejamiento progresivo de una parte importante del público que se sentía en primer lugar ignorante y, en segundo, menospreciado por una crítica excesivamente elitista.

Bien al contrario, la radio y la televisión aprovecharon el camino libre para alienar sin contemplaciones, vía radiofórmula (*40 principales*) o a través de programas adolescentes de superventas (*Tocata, Música Si...*), y adocenar el gusto general de la audiencia a golpe de videoclip (la influencia MTV fue decisiva para el establecimiento de la Telefórmula en canales temáticos de pago) y a fuerza de playbacks en platós en los que el público joven era mero recurso de relleno para seguir el ritmo con palmas y aplaudir con vehemencia las farsas de sus adorados ídolos.

La crítica más inteligente había que buscarla en las revistas especializadas y en la prensa diaria donde, a lo largo de tres lustros (1985-1999), pudo hallarse en las páginas de cultura y espectáculos. El lector buscaba en las firmas con las que sintonizaba argumentos y razones con las que alimentar su melomanía.

Sin embargo, el nuevo siglo nos trajo un panorama muy diferente. El espíritu crítico comenzó a desaparecer progresivamente de los papeles, contagiado por la triunfante cultura de la banalidad que, desde la televisión, ha convertido al necio en librepensador, al delincuente en héroe mediático y ha transformado la estulticia en la ideología de la supervivencia para una sociedad en la que el fracaso escolar aumenta preocupantemente y describe un panorama de futura marginalidad en un mercado laboral cada día más competitivo y más depredador. Unos medios de comunicación que, paradójicamente, muestran una gran falta de preparación para entender la multiculturalidad que la inmigración dibuja día a día.

El siglo XXI

El crítico, a diferencia del sabio que lo sabe todo y del profesor que sabe algo, no sabe absolutamente nada, pero está informado.

Félix de Azúa

Diccionario de las Artes. Pag. 114. Anagrama 2002

El periodismo musical, y con él la crítica, ha comenzado un proceso de desaparición inexorable. La crítica musical ha sido incapaz de crear puestos de trabajo y ello se traduce en una total ausencia de futuro. La prensa gratuita, por su parte, ha venido finalmente a dar el golpe de gracia. La crítica musical y el periodismo musical han sucumbido entre nuevos soportes publicitarios llamados revistas musicales (gratuitas) en los que la falta de profesionalidad es evidente. Triunfa definitivamente el periodismo de cortar y pegar, aquel que transforma la red (Internet) en fuente de consulta (y de información, en el peor de los casos) sin contrastar, dando por bueno todo lo que allí se corta y pega. La falta de criterio y de rigor periodísticos ha dejado en manos de aficionados (fans) y sus filias y fobias, los criterios con los que afrontar un concierto, un nuevo disco o una entrevista.

Los únicos géneros periodísticos que se practican actualmente son la crítica y la entrevista. Prácticamente ha desaparecido la crónica, el artículo de investigación es ya un lujo que nadie se plantea, la monografía es sencillamente un catálogo promocional discográfico. La crítica es, en la mayoría de los casos, una simple redacción escolar en la que se describen los acontecimientos que discurrieron en un concierto, en un festival o en la creación-grabación de un disco. En muchos casos ni siquiera alcanza la categoría de crónica. El panorama no es nada halagüeño.

Y más aún en un momento en el que los nuevos soportes tecnológicos han comportado un cambio radical en el consumo musical. La nuevas generaciones de nativos digitales (aquellos nacidos entre las nuevas tecnologías: MP3, iPod, Mp4, Vieojuegos, Internet...) no demandan una crítica, una información mínimamente rigurosa de la música popular contemporánea. Se limitan a descargar música, discografías enteras, con el sólo afán de la acumulación, sin ir más allá.

¿De qué le sirve a un joven de hoy en día descargarse la discografía completa de cualquier grupo si después no la va a oír en toda su extensión, significado o complejidad y sin ayudas

bien documentadas, rigurosas y con cierto criterio, sobre tal cantidad de información (época, estilo, matices, personalidad, circunstancias...) de aquel grupo? Y sin contar el hecho tecnológico de que sus descargas llevan implícita una depreciación de la calidad de reproducción y escucha.

La crítica musical, ante tal panorama, parece estar condenada a convertirse en un anacronismo, parece estar abocada a un proceso de desaparición que muy difícilmente podrá evitarse. Es un oficio que tiene sus raíces en un mundo analógico y que no acaba de encontrar su lugar en el mundo digital en el que el consumo musical tiende a la simplificación, a la canción de usar y tirar. La música desideologizada (Operación Triunfo) ya no tiene necesidad de crítica. La audiencia manda, el público se disuelve en minorías que, en el mejor de los casos, mantendrán su rebeldía juvenil, independiente y alternativa, hasta que la sociedad actual, homogenizada y esterilizada por el pensamiento único, les convierta en adultos. La música popular contemporánea ha sido devorada por la tendencia, es ya incapaz de crearla. Y vivimos ya inmersos en las tendencias que conducen los gustos, los uniforman, los diversifican según corrientes estéticas que han dejado a un lado la ética, que tampoco escapa a la homogeneización.

Bien es cierto que el sistema económico dominante, es decir el capitalismo salvaje (eso que se ha convenido en definir como globalización), ha decidido que la cultura debe transformarse en entretenimiento para las masas, mientras que la *alta cultura* debe mantenerse en precios sólo asequibles para las élites dominantes. En ese terreno la música popular es, además, uno de los ámbitos más débiles de la cultura de masas que ha sucumbido ante el poder incontestable del dinero.

La música popular no ha podido crecer ni desarrollarse en el imaginario colectivo de nuestro país como un arte creativo más, algo que nadie discute del cine o la literatura, independientemente de su participación en el mercado como un producto cultural más. El cine, la literatura, las artes visuales o escénicas, siguen necesitadas del ojo crítico, del valor del criterio individual o colectivo con el que puedan seguir desarrollándose, comparándose, valorándose y proyectándose hacia el futuro. Además de, lógicamente, sobrevivir en el competitivo mercado industrial cultural en el que se desenvuelven.

La música popular no, a la música popular se le niega la capacidad de desarrollar un criterio con el que pueda valorarse. De

ello, entre otros agentes del acoso y derribo, se encargó la industria discográfica multinacional en España, abonando el terreno para la debacle posterior que supusieron las nuevas tecnologías, obviando problemas coyunturales de principios de los 90, como el precio del CD, las primeras descargas en la red y la necesidad de adaptar sus políticas de promoción y ventas de los nuevos tiempos. La industria discográfica española se preocupó más en dominar los medios de comunicación y la radiofórmula, convirtiéndolos en simples vehículos de propaganda para desarrollar la música como un producto de consumo más, jamás atendió a sus contenidos, a la consideración de producto cultural.

El poder de la televisión que en los últimos años ha banalizado cualquier expresión cultural y la ha reducido al simple entretenimiento ha conseguido, además, modificar cínicamente algunos de los criterios básicos en los que se desarrollaba la creación musical y su interpretación crítica posterior.

El ejemplo más claro lo ejemplifica el éxito incontestable de las primeras ediciones de Operación Triunfo, una perversa fórmula televisiva que, tras el único objetivo de conseguir la mayor audiencia posible, destrozó sin miramientos los argumentos básicos del criterio musical. El éxito se limitó a una simple cuestión de capacidad vocal, de habilidad coreográfica y de resultados económicos. Un concurso televisivo que acabó por fijar en algunas de las jóvenes generaciones (poco o nada informadas en el ámbito de la música popular) los criterios del éxito en meros argumentos numéricos, económicos i estéticos. Nada más. Los resultados negativos de tal invento televisivo los arrastraremos durante años.

¿Qué puede hacer la crítica?

El hombre de talento es naturalmente inclinado a la crítica, porque ve más cosas que los otros hombres y las ve mejor.

Montesquieu

¿Dónde estaba la crítica entonces? Estaba amortiguada e, incluso, apagada por la generación que dirige actualmente los diarios y medios de comunicación, aquella generación progresista que creció con Dylan, Beatles y Stones y que, como mucho, asume a Lou Reed, Bowie o Patti Smith como adalides de la cultura del rock. Una generación que no tiene inconveniente en claudicar ante los actuales movimientos de recuperación nostálgica de sus héroes retirados (Police, Hombres G.,

Queen) y conceder todo su crédito a la industria que sigue, en su agonía, creando estrellas que no superan el más mínimo control de calidad (Oreja de Van Gogh, Sueño de Morfeo, Amarral, Melendi, Pereza...). Una generación prematuramente envejecida, que ha dejado los diarios y suplementos dominicales en manos de la industria para publicar sin tapujos sus hojas promocionales de artistas prefabricados difundidos a los cuatro vientos por las radiofórmulas convencionales.

Mientras tanto, el crítico musical, el periodista musical, ha estado limitado por unas condiciones laborales precarias. ¿Cuántos puestos de trabajo fijos, consolidados, ofrece el mercado laboral en Cataluña para el desarrollo del periodismo musical? Pocos, muy pocos. Como tampoco puede hablarse de una realidad laboral en la industria musical en general (discográficas, promotores de conciertos, management, logística, distribución, producción...) que se haya podido consolidar firmemente hasta dibujar un sector industrial potente.

El oficio se ha tenido que desarrollar en condiciones muy precarias donde el autodidactismo ha resultado la única vía de desarrollo. No se han podido formar directores de medios de comunicación musicales, redactores jefes, responsables de programación musical radiofónica o televisiva, porque no se han podido consolidar medios de comunicación especializados en música popular. Ni, por consiguiente, un público suficiente. Todos los intentos se encaminan en lograr audiencia, no público o públicos. Las revistas musicales, los programas de radio o televisión musicales que sobreviven lo hacen gracias a no sobrepasar los límites que impone el reducido número de lectores, oyentes y televidentes que les siguen o compran. En el caso de la radio y la televisión, además, hay que circunscribirse en las emisoras públicas en las que en los últimos tiempos se evidencia, por cierto, un mayor desprecio hacia la información musical de cariz más especializado (incluyendo la música clásica y la ópera, intocables hasta hace poco); es decir, ni siquiera los medios de comunicación públicos parecen asumir la música popular como un elemento importante de la cultura.

El papel del crítico (Crítica de la Crítica)

El crítico no es, no ha sido sólo víctima. Si ejercemos la crítica sobre la crítica también podríamos convenir que el crítico profesional (ya sea precario o asalariado) no ha sabido imponer su figura en las redacciones de los medios en los que ha tra-

bajado y trabaja. ¿Será que la autocrítica le ha convertido en una paradoja de sí mismo?

El periodista musical se ha visto menguado profesionalmente por la progresiva falta de importancia que sus jefes de redacción han ido otorgando a la música. Entonces, ¿porqué no ha sabido defender la necesidad y la importancia de su trabajo? ¿Tan pusilánime ha sido la crítica? ¿O es que los egos son tan grandes que el victimismo ya es un refugio suficiente? (*Yo soy tan bueno, sé tanto, que aquí nadie me comprende porque todos son unos ignorantes que no han superado a los Beatles, Queen o Dire Straits*).

Reconozcamos que nuestro criterio, nuestro espíritu crítico, siempre ha estado dirigido hacia los demás, nunca –o en contadísimas ocasiones– hacia nosotros mismos.

Convengamos pues que la crítica ha sido muy poco o nada autocrítica consigo misma. El profesional se ha escudado en su púlpito sin apreciar que este no se sustentaba más que por la voluntad (siempre variable) del medio de comunicación y de sus jefes, cosa que si en un entorno profesional consolidado puede resultar una garantía, en el ámbito de la música no era más que un espejismo.

El crítico profesional, también, ha claudicado no pocas veces ante la industria y ésta ha sabido rentabilizar su sumisión. Cuando la industria discográfica mantuvo su estatus y logró convertir a parte de la crítica musical en satélites promocionales a su servicio, un cierto corporativismo se manifestó a la defensiva y desvió la atención hacia otro lado. A nadie le amargó un dulce viaje promocional a Londres o Nueva York. Sin embargo, parte de la crítica no supo pagar tales facturas. Por otra parte el crítico ha querido siempre llegar a todos los rincones de una música popular que se ha fragmentado en cientos de subestilos o ha visto nacer nuevas especializaciones ante las cuales el crítico no ha sabido ejercer la humildad de la especialización. La gran diversidad estilística ha sido enorme; ¿debe, por tanto, un medio tener tantos críticos como estilos musicales?

También ha habido quien, desde la crítica, y en un exceso de autocrítica, ha devaluado el valor y la importancia de su papel e influencia respecto al público. Sin embargo, nunca ha habido –presuntamente– tanta necesidad de crítica, de información, de descubrimiento, de recomendación rigurosa sobre la música de nuestro tiempo (tan diversa, dispersa y fragmentada); nunca la demanda ha sido tan clara, por muy *minoritaria*

que sea y los medios se empeñen en recalcar; nunca ha sido tan necesaria la crítica como ahora.

Un panorama asfixiante

Sin embargo, desarrollar la crítica musical en una prensa musical mínimamente profesional sigue siendo algo excesivamente limitado a pocas, muy pocas revistas en las que podamos encontrar a críticos musicales capaces de:

- *Generar criterio y opinión.*

Es decir, practicar con rigor la razonabilidad y desarrollar el argumento, no negar la capacidad literaria del hecho creativo que conlleva la crítica como género.

- *Descubrir nombres, creadores, focos de interés...*

Apuntar y señalar las direcciones de la creación musical en base a la experiencia, a la capacidad de observación inherente al oficio de la información musical. Reconociendo y discriminando el valor artístico y la calidad innegable que sigue surgiendo en el panorama musical.

- *Situar a los artistas en el lugar que les corresponde en el panorama musical actual, cada vez más diverso y atomizado.*

Es decir, ejercer la crítica honesta e implacablemente. Consolidar el oficio y la credibilidad del crítico ante aquellos que se la han otorgado.

- *Investigar sobre el hecho musical y sus circunstancias.*

Saber ir más allá de las apariencias; es decir, practicar los métodos del rigor científico aplicados en la necesaria labor de investigación que plantea un ámbito tan creativo como el musical.

- *Despertar la curiosidad del lector, del aficionado.*

Es decir, ejercer la empatía con la responsabilidad y la capacidad de convicción que el oficio entrega al crítico, en tanto que curioso, experimentador, investigador y persona dedicada profesionalmente a tal labor.

- *Contagiar el amor, la pasión por uno de los hechos creativos más hermosos de la humanidad: la música.*

El crítico no debe olvidar nunca que es, sobretodo, un aficionado más, privilegiado por su gran acceso a una información que la mayor parte del público no dispone. Sólo una buena dosis de humildad puede ayudar en esta tarea.

Parece cada vez más difícil encontrar a futuros periodistas musicales que, además, no se autolimiten escribiendo para

ellos mismos, o para el resto de la crítica (entendida como esa masa corporativa en la que se establecen infantiles competiciones sobre quien es el mejor o el que llega primero), o para sus jefes (en el periodismo, la precariedad laboral –escribía Bordieu– produce autocensura), o para los músicos a los que alaban o destruyen.

Quizás sean esas las funciones de la crítica musical en la cultura popular de nuestro tiempo. Una función, o funciones, que en nuestro país es prácticamente imposible lograr:

- Por una concentración excesiva de la industria cultural en unas pocas manos (Grupo Prisa, Grupo Z, Planeta...)
- Por el envejecimiento prematuro e inesperado de una generación “progresista” que ha cambiado sus aspiraciones rebeldes por una sociedad del bienestar en la que se ha acomodado. Una generación que es la que detenta los cargos directivos de los que depende la crítica musical.
- Por una industria discográfica que en España redujo la música popular contemporánea a un simple producto de consumo juvenil, limitándola a ser, simplemente, la banda sonora de nuestra juventud y por tanto, confiriéndola un papel emocional temporal. En nuestra madurez la industria se encarga de resucitar a los artistas de nuestra juventud para que vivas de la nostalgia y te los volverá a editar en discos recopilatorios o te los volverá a poner sobre los escenarios.
- Por un público que definitivamente ha caído en los estereotipos que la globalización ha uniformado a través de la radiofórmula o de los concursos televisivos que han usado la música como un elemento más para configurar *el mal gusto general de la audiencia*. Algo muy rentable políticamente.
- Por la implantación de la prensa musical gratuita incapaz de generar puestos de trabajo estables y que ha dejado en manos de fans el ejercicio de la crítica y del periodismo musical en general. El fan hace la crítica del disco a cambio del cd, la del concierto a cambio de la entrada gratis o entrevista a su ídolo con el que podrá, además, fotografiarse. Una prensa musical gratuita que, aunque pueda contar con jóvenes de gran talento para el oficio, éstos no encontrarán posibilidades de profesionalizarse.

Es por todos estos motivos por los que no me siento especialmente optimista respecto a lo que podría ser el oficio del periodismo musical. Es por ello que me refiero a mí mismo

como un espécimen en vías de extinción. Se me podrá acusar de apocalíptico incluso, pero es que, como he dicho en diferentes ocasiones, no me integro. Me resisto a hacerlo. Ustedes me perdonarán.

Construir la nada, el abismo del puro instante presente, como lo verdaderamente esencial, ocultando de ese modo la temporalidad y lo real, tal es la titánica obra del crítico y del periodista.

Félix de Azúa –refiriéndose a Kart Graus–.

Diccionario de las Artes. Pag. 115. Anagrama 2002

L'AUTOESTIMA DE LA CLASSE DE MÚSICA

Propostes per pensar en la música dintre de l'educació obligatòria catalana

Olga Àbalos Cuevas Periodista

El darrer informe de la Fundació Jaume Bofill sobre *L'estat de l'educació a Catalunya* en el curs 2006-2007 i el de l'índex PISA –estudi basat en testos d'aptitud en els països membres de l'Organització per la Cooperació i Desenvolupament Econòmic (OCDE)– apunten el que es veia a venir: que el sistema educatiu català està en plena crisi. En els darrers anys, Catalunya ha augmentat cinc punts la taxa de fracàs escolar, que s'ha situat en el 69,6%, un resultat que només és millor que el de les Canàries. A més, segons el darrer informe de l'OCDE, l'Estat espanyol ocupa la 26a posició entre els 57 països analitzats en coneixements de lectura, matemàtiques i altres matèries. Els experts demanen una solució urgent. Una solució que passaria per una revisió de les inversions, una anàlisi sobre per què l'educació no està aconseguint motivar el seu alumnat i una possible reformulació del tota l'estructura educativa pública. Algunes veus apunten que la política del “tots som iguals” dins les aules no funciona: hi ha diferències entre els alumnes i no es pot pretendre avaluar a tothom amb els mateixos barems. Els problemes més greus es localitzen a la secundària obligatòria, on una considerable part dels alumnes opten per abandonar els estudis i buscar la realització personal amb una feina que els requereixi poca formació i que els aportï una independència econòmica desitjada però massa prematura per saber-la gestionar bé. Si ens centrem en aquestes línies, pensarem que l'assignatura de música en aquest context desesperançador pot semblar una empresa fora de lloc (tot i que el que falla és tot el sistema!), però si ens fixem en l'experiència de programes educatius amb una forta aposta pels continguts artístics en països com ara Finlàndia, França i Hongria, veurem que un ensenyament amb vocació integral, transversal i amb forta presència de les arts pot ajudar a l'èxit final dels estudiants. Cursar assignatures de música, art, cinema o disseny s'ha demostrat que no està renyit amb el fet que l'alumne assoleixi el que li demanen a l'escola que, a *grosso modo* seria saber llegir, escriure i “mates”. De fet, Finlàndia, segons els darrers informes PISA, està al capdavant de tots els països membres de l'OCDE tant pel que fa a la lectura com als coneixements científics del seu alumnat.

Tot i les millores curriculars que pot comportar la nova Llei orgànica d'educació (LOE 2006) i les novetats com ara el fet d'afegir "la sisena hora" a l'horari escolar, si el canvi principal no es fa a l'interior de la societat i en la formació del professorat poca cosa s'hi podrà fer. L'ensenyament musical no és tan sols una activitat de lleure sinó una eina molt poderosa que ens pot ajudar a ser més feliços. Un ús més conscient i considerat del seu potencial pot ajudar a tant a l'aprenentatge d'altres matèries com al desenvolupament d'una consciència del so. És a dir, aprendre a escoltar enmig del món d'excessos sonors que ens envolta. L'ús de la música en la publicitat, la televisió i la ràdio, el so constant del trànsit, la televisió encesa sempre als bars i les melodies politòniques dels mòbils i, a més, pràctiques com ara tenir tot el dia els auriculars de l'iPod a les orelles, fan que la música passi a ser tan sols un soroll de fons més, un rum-rum que ens envolta dins de la nostra bombolla, l'espai virtual personal on cada vegada hi ha menys espai per comunicar-nos amb nosaltres mateixos. Un bon ensenyament musical (al qual tothom hi té dret per llei) ha de permetre a les noves generacions percebre la realitat amb esperit crític; conèixer i gaudir la música com un llenguatge ric i complex que ens permet comunicar-nos i desenvolupar la nostra part creativa tant com a oients actius com a compositors; connectar sense por amb les nostres pròpies emocions, i convidar els pares i mares a participar en aquest procés educatiu. Però com es pot ensenyar música a un alumnat que cada vegada presenta més problemes d'estrès, hiperactivitat, trastorns d'atenció, dificultats d'aprenentatge i és nega a escoltar i respectar el professorat?

La llum ve del nord

Comenta el professor Josep Alsina, professor i secretari del Departament de Didàctica de l'Expressió Musical i Corporal de la Universitat de Barcelona, que en comparació amb els mestres de la primera i segona República espanyola, els d'avui estan "desconcertats". Assegura que "no han sabut situar-se al seu lloc" en la societat actual. "Queda molt bé que [a les lleis] es digui que [l'educació musical i l'artística] és fonamental, ja que és políticament correcte, però en realitat és l'assignatura pendent que té l'educació obligatòria". La comparació amb aquella generació de docents no és gratuïta, ja que van ser els precursors de l'actual concepte de xarxa d'educació pública, integral, activa i laica i, a més a més, com els

mestres d'avui, van haver de fer front a una complexa situació social: llavors es tractava que els fills de la classe proletària s'integressin a la societat per evitar-los viure la mateixa vida miserable dels seus pares. Actualment, s'ha de lluitar per integrar els fills dels immigrants i alhora motivar i augmentar els coneixements dels nadius.

El naixement d'aquella nova pedagogia a principis del segle XX no es pot entendre sense la influència que van tenir, d'una banda, les teories de l'Escola Progressista nord-americana i les idees del pedagog John Dewey i, de l'altra, el seu vessant europeu: l'anomenada Escola Nova, on el suís Édouard Claparède s'alçava com un dels seus ideòlegs. Altres pedagogs de la mateixa generació dels anomenats "mètodes actius per a l'educació musical" com ara Maria Montessori, Zoltán Kodály i Émile Jacques-Dalcroze van tenir també una enorme influència en l'Escola Nova catalana, que va incorporar la música com una activitat per desenvolupar la sensibilitat dels infants i garantir la transmissió cultural mitjançant el cançoner popular.

A Catalunya, els nous corrents van impregnar mestres com ara Joan Bardina, Joan Xirau i Rosa Sensat, que ja des de l'època de la Mancomunitat (1914-1925) van començar tota una revolució en l'ensenyament. Una revolució efectiva. Van canviar els mètodes i la didàctica, van fer més constructiva la relació entre mestre i alumne i van actuar per primera vegada convençuts que el projecte educatiu era indissociable del projecte social, cosa que llavors ja significava apostar per un projecte nacional català. És cert que les aules es van polititzar, però també es van adaptar per crear "ciutadans" fomentant nous hàbits de conducta i d'higiene i difonent idees noucentistes d'amor a les arts i a la natura. Es tractava de formar els catalans del futur perquè no es tornessin a produir fets tan sagnants com els de la Setmana Tràgica (1909), protagonitzat per la generació dels pares d'aquells nens i nenes.

Els mestres motivaven l'alumnat a jugar, a dibuixar i a ser creatius i espontanis. I la música, les cançons i les danses tenien un pes important en aquest objectiu de mantenir els infants actius tant internament com externament. S'havien de despertar tot els seus sentits i la millor manera de fer-ho era amb el joc, entès com una activitat que té una finalitat en ella mateixa. "El noi no juga perquè sí, juga per manifestar el seu jo amb la mateixa intensitat en què ho faria un adult quan treballa", ponderava el teòric Dewey, les idees del qual van

rebre la conformitat d'intel·lectuals de la burgesia com ara l'escriptor Eugeni d'Ors. El tractat filosòfic *L'home que treballa i juga* (1914), una exposició a to amb els nous corrents, va servir com a base ideològica de gran part dels intents d'Escola Nova a Catalunya en aquesta època de la Renaixença.

L'auge de la pedagogia activa va fer que es portessin a terme alguns experiments com ara el de l'any 1913 a la Casa de la Maternitat de Barcelona, segons el mètode de la doctora italiana Maria Montessori, basat en molts exercicis sensorials amb un gran protagonisme de la música. Els alumnes eren nens i nenes de 3 a 6 anys, provinents de famílies amb dificultats. Entre les notes que es van prendre durant les setmanes que va durar l'experiment, hi destaca "l'entusiasme" amb què els infants van rebre l'arribada d'un piano a classe, cosa que a poc a poc els va permetre cantar i gaudir del fet de fer-ho. És colpidor llegir com aquells infants semblava que no tenien imaginació ni capacitat per fer gargots amb llapis de colors ni tan sols cap motivació per al joc, cosa que al final del procés va canviar: "Els exercicis sensorials [jocs de colors, danses, música i dibuix] els han anat transportant a poc a poc cap a una nova vida. L'ambient, pel camí dels sentits, ara més oberts, els han anat penetrant, i la intel·ligència i la ideació s'han anat enriquint i desenvolupant. Els nens eren gairebé sords per als ritmes més senzills. En canvi ara el ritme els diu alguna cosa i segueixen els ritmes que marca el piano amb la joia de fer-ho amb facilitat". En unes notes de principis del segle XX on Rosa Sensat descrivia la seva l'experiència com a mestra –recollides a *Vers una nova escola* (Proa, 1978)– exposava una proposta de currículum per a quatre graus d'ensenyament en el quals no hi faltaven les ciències socials, el contacte amb la natura, la visita a museus i la "gimnàstica, la rítmica, els cants i les danses". Per a Sensat, aquells ensenyaments no eren una pèrdua de temps sinó una inversió que faria d'aquells nens uns adults més lliures. L'Escola de Bosc de Barcelona –que encara està en funcionament des del 1914, a la muntanya de Montjuïc– va posar en pràctica moltes de les seves idees pedagògiques, l'ànima de les quals els docents actuals del centre intenten conservar.

Després del parèntesi que va suposar la dictadura de Primo de Rivera (1923-1930), l'Escola Nova catalana va gaudir d'una nova època de bonança durant la Segona República Espanyola, on es consolidà l'ideari educatiu de l'etapa mancomunatària. El Franquisme, de nou, va intentar truncar un projecte

educatiu que va resistir en la clandestinitat i que va començar a sortir a la llum cap al final del règim. Durant els anys 70 es van començar a recuperar algunes de les idees de l'escola republicana per preparar una nova realitat social: la dels fills dels ciutadans que havien viscut sota el règim i que probablement viurien com a adults en un estat democràtic, emmirallant-se amb Europa. Una nova i complexa situació que possiblement encara no s'ha acabat de resoldre i que s'ha complicat encara més amb l'arribada massiva d'alumnat estranger. La primera Llei general d'educació de 1970 va assentar les bases d'una educació progressista com va poder, fent que la música fos una assignatura obligatòria fins al segon curs d'EGB, cosa que també va recollir la posterior Llei LOGSE del 1990, així com apostar per una educació integral i en certa mesura transversal. La nova LOE recupera aquesta part de la ideologia humanista de la LOGSE, tot i que les poques hores destinades a l'educació musical fan que qualsevol intent per acostar-se a una formació musical o artística del nivell europeu sigui un fracàs des d'un bon principi.

Contra “L'efecte Hamelín”

S'explica l'anècdota que el pedagog hongarès Zoltan Kodály va respondre a la pregunta de quina era l'edat ideal per a la iniciació a la música dient que “nou mesos abans del naixement”. La seva idea era que si la mare cantava o escoltava música, el fetus ja rebia les primeres experiències sensorials i emocionals. Seria el primer pas d'una formació musical, que si fem cas de tots els pròlegs de les lleis espanyoles d'educació i els documents oficials de la Generalitat que hem tingut, tenim i segurament tindrem, és un element indispensable per al desenvolupament intel·lectual i emotiu de les persones. Segons el catedràtic César Coll, del Departament de Psicologia Evolutiva i de l'Educació de la UB, l'ensenyament musical és el més proper al de l'“educació de les emocions”, una opinió que reafirma la creença que un bon ús de la música pot ajudar l'alumnat, especialment els de secundària –són adolescents!–, a gestionar la seva hiperactiva vida interior. “La música s'hauria d'ensenyar de manera terapèutica? Bé, depèn d'allò que entenguem com a terapèutic”, argumenta el professor Pep Alsina. “El mestre primer de tot ha de recuperar l'alumne i després ja hi podrà fer alguna cosa. Estic d'acord que la música tingui una funció terapèutica si això vol dir integració i relació social. La música pot ser tant integradora

com el futbol a l'hora del pati. És un element de socialització i permet al nen desenvolupar les seves capacitats". Són nombroses les experiències en què cantar, ballar o tocar un instrument en grup iguala en condicions tots els membres d'una classe, eliminant barreres socials i psicològiques. El psicòleg nord-americà Howard Gardner reforça aquesta idea amb la seva *Teoria de les intel·ligències múltiples*, en què defensa que la música conforma un dels set tipus d'intel·ligència que ha detectat i que, per tant, és una capacitat intel·lectual que s'ha de considerar i respectar "encara que no es consideri generalment una capacitat [...] com les matemàtiques". Segons Gardner, si l'escola ha d'"ajudar a les persones a assolir les vocacions i aficions que s'adeqüin al seu espectre d'intel·ligència particular", la música hauria de formar part d'aquest projecte educatiu, al mateix nivell que la plàstica o el dibuix.

Reaprendre a escoltar en un món cada vegada més dominat per l'excés sonor seria una fita generosa que l'escola hauria de tenir en compte. Una educació centrada en l'oïda i les audicions actives facilitaria que els nens i els adolescents aprenguessin a ser oients actius, lliures i crítics en lloc de simples animalets (per no dir rates) que viuen enlluernats sota l'encanteri dels mitjans de comunicació reencarnats en perversos flautistes d'Hamelin. Segons paraules del filòsof Maurice Martenot, "la iniciació en un art, si està ben orientada, si respecta la vida, és el millor antídoto contra l'automatisme exagerat de la vida actual que tendeix a transformar els éssers en robots" (1970). Que avui en dia s'acabi la bateria de l'iPod o l'MP3 mentre s'espera l'autobús és percebut com una tragèdia. El silenci sobtat, que cada vegada més és sinònim d'inquietud i de "mal rollo", com si ens obliguessin a estar en un *pub* sense música, ens obliga a posar-nos en contacte de nou amb nosaltres mateixos i situar-nos en el món. I això requereix un esforç que ja no entenem com a útil. El silenci sembla perdre la seva condició d'oferir una oportunitat per a la reflexió i fer-nos recuperar el sentit de l'escolta, tan saturat de sons i sorolls a les ciutats del segle XXI. Fa dos anys que la doctora en Filosofia per la Universitat de Barcelona, Carme Pardo, va crear l'expressió "escolta en continuïtat" per descriure aquest bucle sonor en el qual ens veiem atrapats sense adonar-nos-en des que obrim els ulls cada matí. Per sortir del *loop* cal buscar l'interval, fer una pausa, pitjar l'*stop*, i així poder ser conscients de quina és la nostra relació amb el mis-

satge sonor. Pardo considera que tant l'escola com la família han de un formar equip per fomentar joves amb els "sentits desperts" –si utilitzem una expressió dels mestres de l'Escola Nova catalana ara fa un segle–, perquè no siguin utilitzats com a consumidors passius de música escombraries ni receptors automats de la publicitat, les botigues, la radiofórmula i tot allò que busca un modificació del comportament mitjançant l'estímul dels sentits. L'objectiu és que la societat estigui formada per oients que creguin que una part molt important de qualsevol composició musical està en la descodificació que en facin dins dels seus caps i cossos.

Decret 143/2007. Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya (DOGC) núm. 4915: "La música és un element amb un valor inqüestionable en la vida de les persones. El desenvolupament tecnològic ha provocat grans canvis quantitius i qualitius pel que fa a la creació, interpretació i difusió de la música. Per a poder gestionar aquesta massiva presència del so i la música en el nostre entorn social cal poder reflexionar, de manera crítica, sobre la realitat sonora del nostre entorn". No es podria explicar millor. Una altra cosa és que les institucions posin fil a l'agulla per fer que això sigui una realitat i no paper mullat. I això ha de ser vàlid tant per a l'escola general com per a les escoles de música, un oasi enmig del desconcert.

El dret a cantar i jugar

Algunes veus, com ara la del pedagog de Nova Zelanda Christopher Small, que coneix perfectament el sistema educatiu espanyol i català, es mostren radicals: si la música ha d'aparèixer d'aquesta manera en el currículum escolar obligatori, millor que no hi sigui i desaparegui de les aules. Segons la seva idea d'educació musical, la música ha de servir per crear i no es pot negar a l'alumnat que experimenti i desenvolupi les seves pròpies capacitats i possibilitats en funció de la seva etapa de desenvolupament, encara que no mostrin cap intenció de ser músics professionals ni tinguin massa traça en la interpretació d'un repertori imposat. Les paraules d'aquest pedagog fan pensar concretament en l'etapa de secundària, on l'educació musical falla especialment. En molts centres, l'alumne es veu immers una hora a la setmana en un pseudo-conservatori on li ensenyen història de la música, solfeig i tocar la flauta dolça, quan a l'etapa anterior podien gaudir de la música com a joc. De fet, mai hauria de deixar de ser un joc. La música és un material amb un llenguatge i unes regles

pròpies però mal·leable, idoni per a la creació i la diversió. El professor Alsina reconeix que en el sistema educatiu català “s’ha detectat que els mestres de primària i de secundària no van coordinats”. I afegeix: “A secundària el docent té dificultats [amb l’educació musical] perquè ha de repetir matèries: els arriben alumnes de diferents escoles i amb un nivell de formació diferent”. Aquest aspecte es podria corregir amb el replantejament de la “zona escolar”, un punt inclòs a les bases de la futura llei d’educació de Catalunya, que facilitaria la cooperació entre el professorat dels diferents cicles per elaborar projectes amb continuïtat i coherència en el temps.

És cert que ja hi ha escoles que aposten per la creació musical i que aprofiten les noves aules multimèdia i l’ús de les TIC (Tecnologies de la Informació i Comunicació) per motivar un aprenentatge diferent del llenguatge musical, amb l’ajuda dels recursos del segle XXI. També n’hi ha d’altres, com ara el CEIP Escola de la Concepció de Barcelona, la CEPESA Oriol Martorell i la CEPESA Pere Anton de Granollers que van més enllà i duen a terme un veritable projecte d’educació transversal en què la música té una gran presència. La realitat, però, evidencia que aquests són casos aïllats en l’estructura educativa catalana, que encara és a anys llum d’Europa. Països com ara Finlàndia –on són poques les aules de l’escola pública que no tenen un piano–, el Regne Unit, França, Alemanya, Holanda i Hongria demostren que l’educació artística prevista per la legislació no és cap impediment per assolir les habilitats bàsiques que una persona necessita per desenvolupar-se a la vida. El cas francès mereix una menció especial, ja que des de l’any 2000 existeix l’ambiciós projecte “Plan de Cinq ans Pour les Arts et la Culture à l’École” que ha afegit dotze assignatures artístiques en el programa de primària, com ara l’arquitectura, les arts visuals, el gust, el cinema i la música. La mesura, ambiciosa, vol facilitar la integració i la comprensió de la multiculturalitat a la societat francesa.

Les característiques de l’assignatura de música fan que un gran pes del seu èxit recaigui en el docent, que ha de ser imaginatiu per adaptar un mètode d’ensenyament a les característiques dels seus alumnes. Això implica que ha de ser un gran pedagog per sobre de les seves aptituds musicals. La realitat, però, facilita que sigui freqüent el cas contrari. Les proves d’accés a l’ensenyament públic demanen tenir un nivell molt alt en formació musical, cosa que va en detriment de les habilitats com a docent. I aquest desequilibri queda

reflectit en els plans d'estudis de les llicenciatures universitàries d'especialització. El resultat? "Molts llicenciats fan classes sense tenir un bon nivell de mètodes didàctics i això fa que l'alumne aprengui música amb mestres que no saben ensenyar música", apunta Alsina. "Primer han de ser mestres, i després músics". La baixa formació en didàctica pot fer que s'apliquin mètodes d'ensenyament musical –que a Catalunya es basen sobretot en les propostes de Kodàly, Orff, Dalcroze, Willems i els sistemes de Joan Llongueres i Ireneu Segarra– d'una forma tan estricta que no van en contra de la mateixa filosofia del mètode, que demana adaptació a la realitat cultural i a les característiques dels alumnes. Enriqueta Barnils, del Departament d'Història de l'Art de la Universitat Rovira i Virgili, a més a més, proposa que s'ha d'establir un programa educatiu que també s'adapti a la creativitat i a la personalitat del professorat, perquè aquest "es compromet amb una visió personal de la docència musical". En qualsevol cas, es tracta d'aconseguir generar aquest context social que afavoreixi la interacció musical formal i informal que pot "musicar" tota la societat, segons planteja el teòric Christopher Small. Per aconseguir-ho, diu, és necessària també la creació d'una xarxa de centres musicals arreu d'un territori o país on els nens i les nenes de qualsevol edat puguin aprendre i practicar música. Núria Sempere, directora de l'Escola de Música Centre de les Arts de l'Hospitalet de Llobregat, serà precisament qui encapçalarà una proposta d'esperit semblant que promourà la construcció de nous centres per les arts a la zona metropolitana de Barcelona.

El problema general de l'educació, està clar, va molt més enllà de les dificultats de l'assignatura de música i la seva consideració dintre de la societat. El sistema necessita una cura urgent que comporti un consens de totes les parts implicades i una gran injecció d'il·lusió ja que, tal com ho entenia el pensament noucentista, l'escola no pot funcionar al marge d'un projecte social. És obvi que la realitat social ja no es pot comparar a la que teníem fa un segle i que no ens podem amagar en una idealització de passat, però sí que podem recuperar l'esperit que van tenir uns mestres davant d'una complexa cruïlla de camins. Cal més inversió per part de les institucions, cal que els pares es convencin que han de corresponsabilitzar-se de l'educació del seus fills i no entendre l'escola com un lloc on els poden deixar aparcats i cal que es donin les condicions perquè el professorat pensi de nou que el seu esforç val

la pena. A més, és necessari que la classe de música recuperi el seu estatus i sigui salvada del l'aïllament en què es troba perquè les arts puguin generar integració, cooperació, creació i imaginació, en lloc de ser un àmbit restringit per a aquells que han optat per una escola de música. Tothom hauria de tenir, com a mínim, l'oportunitat de gaudir de la vida: esperar l'autobús fruit de l'observació i l'audició d'allò que el compositor John Cage en diria so en acció.

MUSICA LIBRE: INTRODUCCIÓN A UN NUEVO PARADIGMA PARA LA MÚSICA DEL SIGLO XXI

Oscar Abril Ascaso *Productor cultural y músico.*

Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten.

Declaración Universal de los Derechos humanos. Artículo 27. Punto 1. Aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 10 de diciembre de 1948.

Prefacio, cultura propietaria versus cultura libre

En este cambio de tercio hacia el segundo milenio, nuestra civilización está asistiendo desde hace años al recrudescimiento de una guerra larga y larvada, una guerra de guerrillas, una segunda guerra fría. Esta guerra no tiene muertos y, sin embargo, es una guerra en la que todos somos víctimas. Y eso es así porque, en esta guerra, está en juego como debe circular aquello que es el motor de todo nuestro mecanismo histórico y social y aquello que lo constituye: las ideas y los productos que se derivan de ellas. En definitiva, hablamos de una pugna por uno de los valores más preciados de nuestra civilización: la cultura. ¿Deben primar los derechos individuales o el bien público? ¿Cuáles deben ser los límites del copyright? ¿Puede una patente anteponerse por encima del desarrollo social? Hablamos de una guerra por cuál ha de ser el modelo de propiedad intelectual en el siglo XXI. Nuestra cultura moderna se vertebra desde la noción de propiedad intelectual. A partir del Convenio de Berna de 1886, toda obra es propiedad de su autor de manera inalienable por el mero hecho de serlo y así se reflejará en el derecho internacional. A partir de allí, el siglo XX ha sido el siglo de la propiedad intelectual, cuyo día mundial es cada 26 de abril. Un paradigma que cubre el espíritu y la letra de las leyes de nuestra cultura. Sin embargo, ese paradigma nacido al albor de una bienintencionada voluntad de preservación de los bienes culturales, ha acabado siendo utilizado para cercenar la propagación de la cultura entre los ciudadanos y el crecimiento intelectual de nuestras sociedades contemporáneas.

El concepto de propiedad intelectual se asienta sobre unas premisas problemáticas:

- por un lado, el concepto de propiedad intelectual fricciona con la propia naturaleza de la cultura en nuestra civilización

desde el albor de los tiempos, la cual ha sido siempre consubstancialmente vírica y se ha transmitido en sus modos y patrones a través de una sucesiva e infinita genealogía de copias. Como dice la cita, “si siempre hubiese existido la propiedad intelectual, la humanidad no hubiese conocido la epopeya del *Gigalmesh*, la *Ilíada* y la *Odisea*, y libros como la *Biblia* o el *Alcorán*;

- por otro lado, la noción de propiedad intelectual trata como objeto físico lo que es consubstancialmente inmaterial, una idea. Un problema que se agravará cuando se haga inmaterial no solo la idea sino, incluso, el soporte de la misma idea en la sociedad digital.

La guerra por el modelo de propiedad intelectual enfrentará, a partir de aquí, dos modelos de cultura:

- el modelo de cultura propietaria, hijo de la Ilustración, de la imprenta y de Victor Hugo. Un modelo que dió carta de naturaleza a los derechos del autor, pero es también un modelo basado en el permiso y la restricción en la distribución de los bienes culturales. Un modelo neoliberal de la industria cultural, donde la idea y sus productos son mercancía y cuyo valor de cambio se basa en una economía de la escasez;
- el modelo de la cultura libre, un modelo que prioriza el derecho al acceso a la cultura y que postula devolver la cultura al dominio público. En definitiva, un modelo que reformula el marco legal de los derechos de autor en favor del bien común. Un modelo comunal y cooperativista de distribución de los bienes culturales nacido a finales del siglo XX, un modelo hijo del albor de la sociedad digital y acorde con ella.

Una introducción histórica a la cultura libre, *del código abierto al conocimiento abierto*

Esta es una historia conocida, una historia célebre: nuestra historia.

Con la emergencia de la era digital, el software, el conjunto de programas que constituyen un sistema de computación, se convierte en el instrumento base de producción social. Pero el software es código, así que la posibilidad de compartir, modificar y mejorar el código de un programa es la posibilidad de compartir, modificar y mejorar nuestros instrumentos de producción social, nuestro margen operativo, aquello que podemos hacer, aquello que somos.

A principios de los setenta, las investigaciones sobre software desarrolladas en los ámbitos universitarios norteamericanos eran compartidas de manera amigable entre la comunidad científica sin restricción ninguna. Uno escribía un código, otro podía mejorarlo y un tercero utilizarlo. Aquellos programadores constituían una comunidad de facto, una comunidad que compartía colaborativamente, una comunidad de hackers. Sin embargo, a principios de los ochenta, la situación empezó a cambiar y la entrada de los intereses privados de la incipiente industria informática pervirtió ese proceder; el software se hizo propietario.

Frente a ello, Richard Stallman, uno de los más relevantes programadores del Massachusetts Institute of Technology, intentó eliminar las leyes del copyright del ámbito de software. Ante esa imposibilidad optó por generar una vía alternativa desde dentro. En 1983, Stallman anuncia el proyecto GNU, una propuesta de creación de un sistema operativo completamente libre con el que “volver al espíritu de cooperación que prevaleció en los tiempos iniciales de la comunidad de usuarios de ordenadores”. GNU nacía con la misión de reemplazar el uso del software propietario por el software libre. Para ello, Stallman creará la Free Software Foundation, punta de lanza del movimiento del software libre. Un movimiento al que Stallman dará, incluso, su propio himno, la canción “Free Software Song, un tema basado en una melodía folk del búlgaro Sadi Moma.

Es importante subrayar que software libre no significa software necesariamente gratis sino que se trata de software de código abierto; es decir, software que se puede copiar, modificar, mejorar y distribuir libremente.

Pero para llevar a término los propósitos del proyecto GNU era obligado crear un instrumento legal con el que expresar ese nuevo marco no restrictivo de producción, de uso y de distribución, una licencia no-copyright. De esa necesidad nacerá la GPL (General Public License), la primera licencia copyleft. .

Copyleft es un término técnico que juega con el significado de copyright (en inglés, copia/derecha, sustituyéndolo por copia/izquierda) y que significa copia permitida. A partir de allí, el copyleft se erige como una alternativa legal al copyright, una brecha creciente que creará un nuevo marco cooperativo entre creadores de todas las disciplinas a escala planetaria.

Desde entonces, el movimiento copyleft se extenderá como una mancha de aceite hacia un número cada vez mayor de

estratos sociales. En 1991, un programador finlandés, Linus Torvalds, de 21 años, presenta el núcleo del sistema operativo GNU/Linux, que será utilizado, modificado y redistribuido por miles de programadores en todo el mundo y se constiuirá en alternativa real al monopolio de Microsoft entre particulares, empresas e instituciones. Por su parte, John Perry Barlow, antiguo letrista del icono de la psicodelia californiana Grateful Dead, funda –junto a John Gilmore y Mitch Kapor– la Electronic Frontier Foundation, una organización centrada en la defensa de la libertad y los derechos civiles en la era digital. Barlow escribirá la Declaración de Independencia del Ciberespacio, obra de referencia de 1996, pero también creará la licencia Open Audio License, una licencia que designa aquella música de uso libre.

Durante los años noventa, Internet se convierte en el espacio de relación natural de todo el movimiento, cada vez más heterogeneo y amplio, el cual dará lugar al término cultura libre, un nuevo modelo social que postula que la cultura debe residir en el dominio público, allá donde es de libre acceso.

A partir del 2004 , el nacimiento de la web 2.0, la segunda generación de web, enfatizará la red como espacio para la conformación de comunidades de usuarios y la participación global. Servicios como los blogs, metodologías como la folcsonomía y tecnologías wikis darán paso –retomando el concepto de código abierto del ámbito informático– a la irrupción del concepto de conocimiento abierto (open knowledge), una apuesta por la producción horizontal, colaborativa y abierta del conocimiento, que encuentra su mejor exponente en la famosa enciclopedia on line y plurilingüe Wikipedia, escrita por miles de contribuyentes de forma colaborativa en todo el mundo.

Enmedio de este efervescente panorama, será en el ámbito musical donde operará la transformación en los usos de consumo, producción y distribución cultural de mayor alcance popular, convirtiéndose en la punta de lanza del movimiento de la cultura libre: el fenómeno de la música libre.

La alternativa de la música libre, un modelo cultural para el siglo XXI

La historia es conocida, es una historia célebre: nuestra historia. Aprovechando los beneficios de banda ancha y de las técnicas de compresión como mp3, las aplicaciones Peer-To-Peer (de igual a igual), plataformas de intercambio de archivos de todo tipo de contenidos, se hicieron paulatinamente populares a lo

largo de la década de los noventa. En el año 1996 ve la luz la primera aplicación P2P, Hottline Connet, inicialmente desarrollada para el ámbito universitario y empresarial pero que no tardará en extenderse como práctica común a todo el entramado social.

Las redes P2P representarán un incremento exponencial en las posibilidades de consumo musical –es decir, de consumo cultural–, sobre todo, entre las jóvenes generaciones. Pero ese no será el único valor del sistema. El ideario meritocrático de P2P, donde el que más comparte dispone de más privilegios, pone en circulación un revolucionario sistema de plusvalía económica, donde el que más reparte más recibe. Además, y este es un activo de incuestionable rentabilidad social, las redes P2P contribuirán a rescatar del olvido músicas descatalogadas o muy difíciles de encontrar, con lo que representan un inestimable beneficio para el patrimonio colectivo.

Sin embargo, Napster, la primera aplicación para PC, la cual llegó a contar con 13 millones de usuarios, será cerrada. Su organización centralizada y articulada en base a un servidor de enlace entre nodos dará lugar a otras descentralizadas o semidescentralizadas como Gnutella, SoulSeek, Kazaa, Donkey2000 o eMule, que probablemente es la más popular de todas. A pesar de ello, las redes P2P seguirán chocando con la legislación vigente.

Efectivamente, la gran industria discográfica y las sociedades de autores y editores se enfrentarán al fenómeno de las redes P2P desde el primer momento con extrema virulencia. Una espiral de litigios judiciales, el fomento de un aberrante discurso ideológico que no duda en equiparar acceso a la cultura con piratería, o la implantación indiscriminada del canon digital serán algunas de las armas de un frente inquisitorial que no escatimará en medios represivos. Entre ellos, forzar la Ley de la Propiedad Intelectual más restrictiva de la historia de nuestro país, la cual –como denuncia lúcidamente el abogado David Bravo en su obra *Copia este libro*– ha creado una delirante situación en la que la ley actual parece instigar al robo, incluso, frente a la descarga. Efectivamente, ante la hipotética disyuntiva de descargarse una canción de tu grupo favorito o robar toda su discografía en tu tienda de discos, con la actual legislación en la mano, la descarga es un delito, el robo es solo una falta.

Una clara estrategia de socialización del miedo entre la ciudadanía que, sin embargo, no parece haber conseguido socavar

la conciencia popular de la legitimidad de compartir la música, como se ha hecho siempre. El intercambio musical ha sido, desde siempre, una práctica común en nuestra sociedad. En la quinta edición del *Festival de Cine Documental Musical In-Edit* recordaba en su imagen gráfica una montaña de cassettes, rotulados caseramente. Todos ellos, copias de discos. Una entrañable recuerdo personal para todo aquel cercano a la cuarentena. Luego esa imagen se substituyó por la montaña de cds. Hoy esa montaña ya ha desaparecido, absorbida por el ipod. Pero la práctica es la misma. Antes tolerada, ahora criminalizada.

Los nuevos modos de distribución y consumo musical no matan a la música. La descarga no mata a la música. La descarga no mata al músico. La descarga mata, en todo caso, un determinado modelo de negocio de una determinada industria. Antes al contrario, la descarga no solo no mata a la música sino que le da vida, permite que se consuma mucha más música, incentiva el conocimiento musical y recupera nuestro patrimonio común.

Ante la sinrazón de la cultura propietaria, el sentido común de la cultura libre.

Por ello, los propios músicos empezarán a dar señales de su interés por beneficiarse, al igual que los consumidores, de las posibilidades de la cultura libre. Nacho Escolar, miembro del grupo Meteosat, escribe ya en el 2002 el pionero artículo "Por favor, pirateen mis canciones" en el que defiende los beneficios de la distribución de música por internet para los propios compositores.

Sin embargo, todavía hará falta un instrumento legal que exprese la voluntad de los autores al respecto de como quieren ver su propia obra distribuida, consumida o usada.

En 2001, un profesor de la Universidad de Stanford y abogado especialista en ciberderechos, Lawrence Lessig, crea una nueva licencia inspirada en la GNU/GPL. Esa licencia –en realidad son seis– recibirá el nombre de Creative Commons y representará –en su espectacular popularización– un punto de inflexión en la historia de la cultura libre. Las licencias copyleft Creative Commons, y otras como la catalana Aire Incondicional o la francesa Arte Libre, significarán un cambio trascendental para los autores.

¿Porqué son importantes para los músicos las licencias copyleft como Creative Commons? ¿En que los benefician? La respuesta es sencilla.

Básicamente, allá donde la licencia copyright reza todos los derechos reservados y obliga a que la gestión de esos derechos corresponda por defecto a una sociedad de gestión colectiva (SGAE por ejemplo), las licencias Creative Commons postulan que solo algunos derechos están reservados y esos derechos reservados son aquellos que decide –no una sociedad privada de igual manera para todos– sino el propio autor, en base a sus propios intereses.

Efectivamente, Creative Commons permite al músico reseñar si desea permitir el uso comercial de su música, si esta se puede usar para crear una obra derivada o si esta creación derivada debe respetar las mismas condiciones legales del original. En resumidas cuentas, Creative Commons representa la devolución al autor de la capacidad de decidir sobre su propio trabajo, tanto por lo que respecta a sus posibilidades de uso y distribución, así como en el grado de permisividad de reutilización para otras obras.

Creative Commons da respuesta a la necesidad de los productores culturales en general, y de los músicos en particular de disponer de herramientas con las que poder operar en el siglo XXI y optimizar al máximo las posibilidades de proyección que internet ofrece a su trabajo. Una voluntad legítima que solo el fanatismo inmovilista e interesado de las sociedades de gestión colectiva de derechos de autor puede entender como susceptible de anatemización.

Las licencias Creative Commons se internacionalizarán rápidamente, gracias a su fácil tramitación a través de la red, y serán adaptadas al marco jurídico de nuestro país en 2004, gracias a una iniciativa de la Universitat de Barcelona. El éxito de Creative Commons será fundamental en desenmascarar la ficción de que las licencias copyleft y la cultura libre atentan contra la música, contra los músicos o contra las posibilidades de futuro de ambos.

La realidad es, exactamente, toda la contraria.

La toma de conciencia por un número creciente de músicos de las posibilidades de distribución de su obra y de promoción de su trabajo que representan las licencias copyleft empezará a generar un número creciente de proyectos on line dirigidos a la promoción de música libre.

Uno de los más importantes de ellos a nivel internacional, Jamendo, representa un interesante laboratorio de pruebas para el sector musical. Creado en el año 2005 en Luxemburgo, Jamendo es una comunidad alrededor de la música libre a tra-

vés de la cual se pueden descargar –vía streaming– más de tres mil álbumes, licenciados bajo Creative Commons y cargados por sus propios autores. Al margen de ello, Jamendo propone un sistema de donación económica voluntaria a los músicos a través de PayPal. Según propias estadísticas, a 2007, su catálogo consta de 5000 álbumes por los que los usuarios europeos han pagado una media de 15 euros, 5 euros menos los norteamericanos, por disco.

A una escala menor, en España, encontramos iniciativas como, por ejemplo, Dpop, un plataforma independiente de promoción de música licenciada bajo Creative Commons u otras licencias copyleft que, además de desarrollar ese cometido, ofrece clarificadora información en castellano sobre música y copyleft. En un contexto más local, el portal MusicaLliure difunde grupos de música cantada en catalán con licencias copyleft y aspira a ser un punto de encuentro de la comunidad. Otras plataformas divulgadoras del copyleft musical en nuestro país serían La Mundial, CreativeLeft, Musicalesleft o 127, la iniciativa del ex-Radio Futura Enrique Sierra.

Sin embargo, el fenómeno de la puesta en el dominio público de la propia música, iniciado por Ruben Blades, encontrará su punta mediática en 2007 con Radiohead, por su condición de icono de la música indie, cuando el grupo abandona EMI y decide colgar su nuevo álbum “In Rainbows” en su página web para su libre descarga. A pesar de que el pago por la descarga será voluntario, la primera semana, más de un millón de fans se descargaron el álbum abonando una media de ocho dólares por el disco, con el que el grupo ganó más de nueve millones de dólares. Un negocio redondo.

Una evidencia de que música libre no significa, una vez más, música gratis. Música libre significa, al igual que cultura libre, música puesta a disposición en el dominio público. Esta es la cuestión crucial. El modelo de música propietaria coloca la música en el mercado y los derechos de los autores en manos de las sociedades privadas de gestión colectiva. El modelo de música libre apuesta por poner la música en el dominio público y devolver al autor la gestión directa de sus derechos.

El cambio de paradigma que representa la música libre beneficia tanto a los músicos como a los consumidores. Sin embargo, convierte en obsoletos a los intermediarios tradicionales del proceso productivo del sector musical: por un lado, a las sociedades de gestión colectiva de los derechos de autor y, por otro, a la propia industria discográfica.

La música libre representa el principio del fin del monopolio del modelo de gestión colectiva de derechos de autor como SGAE. Un modelo de gestión que presenta diversas perversiones. En primer término, la SGAE es una entidad privada de gestión de los derechos de autor de sus socios. Más de sesenta mil socios, según sus propios datos. Son muchos, pero no son todos.

Sin embargo, la SGAE, junto a un exclusivo club de sociedades de gestión colectiva de los derechos de autor, se otorga la falsa representatividad de todos los creadores españoles e impone a toda la sociedad española su propio modelo de gestión. Una imposición basada en su extraordinario poder legal y económico, el cual le permite forzar el cumplimiento de su modelo de gestión y la criminalización de toda alternativa posible. Efectivamente, la SGAE es una organización privada que, como le es propio, vela por sus propios intereses. Pero esos intereses no tienen porqué corresponderse con los de la sociedad. Ni siquiera con los de los músicos. De hecho, no lo hacen.

Ciertamente, en España solo el 4% de los músicos gana el salario mínimo interprofesional. La precariedad de la profesión parece clamar por una revisión en profundidad del actual modelo económico.

Sin embargo, la SGAE considera que este es el modelo económico que cabe preservar y blindar. Por extraño que parezca, es lógico. SGAE es una sociedad regida por un sistema de voto censitario donde sólo tienen capacidad de decisión aquellos músicos que más ingresan, los que más venden. Es decir, el selecto porcentaje de músicos que se benefician de un modelo actual del sector discográfico basado en la restricción de la oferta musical, en manos de unas pocas corporaciones discográficas, y en políticas de sobreexposición publicitaria de lo ofertado. A partir de aquí no ha de extrañar que el sanedrín de artistas que se benefician de este status aspiren a sus perpetuamiento a costa de la mayoría, a costa de todo.

Efectivamente, cuando Alaska sugirió que el precio de los discos es demasiado alto, la Asociación Nacional de Empresas Distribuidoras de Discos (Anedi) propuso una vergonzosa jornada de boicot a sus discos en las tiendas. A pesar de ello, la afirmación de la cantante es incontestable. Comunidades como Jamendo o iniciativas mediáticas como la de Radiohead han demostrado a las claras que, ciertamente, la ciudadanía no es necesariamente contraria a pagar por la música que

consume pero sí lo es al abuso de los precios. Y pagar más de 20 euros por un álbum cuyo coste es de 3 euros difícilmente puede entenderse de otra manera.

Ningún agente implicado discute hoy que la industria discográfica debe enfrentarse a una profunda reconversión industrial del sector. En otras palabras, debe reorientar su modelo clásico de negocio si desea su propia supervivencia. El hecho de que incluso dinosaurios de la industria como Prince, que regaló su disco Planet Earth con el semanario Mail On Sunday, o Paul McCartney, que ha fichado por la cadena de cafeterías Starbucks, abandonen el barco son síntomas de la crisis del modelo tradicional.

Los sistemas de venta musical on line como iTunes, el programa de Apple estrenado en 2001, apuntan ya desde hace años que el futuro del sector se halla en la red. Paralelamente, el número creciente de netlabels desde hace años no han hecho más que confirmar esa evolución. De entre ellos resulta muy ilustrativo el ejemplo de MagnaTune; presentado en 2003 bajo el lema "Somos un sello discográfico pero no somos malvados" (la toma de conciencia no esta reñida con el sentido del humor), MagnaTune vende música licenciada bajo Creative Commons, en diversos formatos y calidades, y el músico se lleva ni más ni menos que el 50% de un precio que va desde los 5 a los 10 dólares por disco. Además, MagnaTune ofrece un servicio de shareware, la posibilidad de escuchar la canción antes de comprarla, y merchandising de los grupos de su catálogo.

Las discográficas deberán encontrar el grueso de su negocio en internet y relegar la venta de discos físicos a una línea menor de ventas circunscrita a la idea del compact disc o el vinilo como un artículo especial para fans. Pero, paralelamente, la gama de servicios de las discográficas debe diversificarse hacia los servicios de promoción y de management.

En mi criterio, si el futuro de los sellos está, sobretodo, en internet, el futuro de los músicos se sitúa principalmente sobre el escenario.

En un nuevo marco económico, centralizado alrededor de la red, en el que los grupos de música ya no requieren de esta industria para distribuir su música a cualquier punto del globo, la principal ocupación de todo músico debe volver a ser la que es. No vender objetos, no vender discos. Sino tocar. De hecho, se trata de volver a cerrar el círculo. Efectivamente, el nacimiento de la industria fonográfica significó un duro golpe contra la música en vivo, sacando a los músicos de los bares y

sustituyéndolos por el juke box. Ahora el músico, en la crisis de la industria discográfica, debe volver ahora a los escenarios y encontrar allí su principal fuente de ingresos económicos.

En los últimos años, el número de conciertos ha aumentado exponencialmente. Grotescamente, la SGAE condena en sus informes la descarga musical pero se felicita por el aumento de ingresos por concepto de conciertos, escondiendo interesadamente que tales dos fenómenos económicos son vasos comunicantes. La gente va a ver más conciertos porque conoce más grupos y consume más música.

Como sabemos, para el músico es mucho mayor el ingreso porcentual por concierto que el de la venta de disco. Sin embargo, es de vital importancia que aumente notablemente el circuito de salas de conciertos, cuyo mapa es notablemente insuficiente, así como la derogación de determinadas prácticas, como el alquiler de sala a los músicos para tocar. Para ello, sin embargo, es imprescindible cambiar la óptica desde la que se analiza esta situación. La música debe dejar de ser mirada exclusivamente en su dimensión lúdica y reconocida en su dimensión de bien cultural, de cultura. No es un matiz menor. El hecho de que la música sea interpretada con una actividad ligada a lo lúdico y no a la cultura es aquello que abre la puerta al cierre de salas de conciertos por parte de las autoridades municipales. Un sala de conciertos es un equipamiento cultural y debe ser tratada como tal. Un ayuntamiento no cierra centros cívicos. Igualmente, un ayuntamiento no debe cerrar salas de conciertos.

Por otro lado, el hecho de que la labor profesional del músico vuelva a reorientarse hacia la actuación y no hacia el objeto es de una importancia notable, en tanto que equipara esta profesión a otras profesiones escénicas tales como el teatro o la danza. El teatro o la danza son profesiones artísticas que encuentran su régimen económico en los ingresos por actuación pero, también, en base a las ayudas públicas a la producción. En mi criterio, la música debe ser contemplada, igualmente, desde ese prisma de sostenibilidad económica en el futuro. Las ayudas públicas a la producción de música pop deben de ser una vía de ingresos más en la estabilización económica de todo proyecto musical. Por supuesto, esos bienes musicales producidos con capital proveniente del herario público han de revertir, de nuevo, en el dominio público bajo la forma de música libre, a través de su descarga en internet y su licencianción copyleft.

Porque es allí donde la música, como toda la cultura, debe estar. En el dominio público, al alcance de todos. En beneficio de todos. Eso es la música libre.

Oscar Abril Ascaso es productor cultural y músico. Co-director del proyecto Copyfight sobre cultura libre. Miembro fundador del grupo Oscar Abril Ascaso + Sedcontra Avec Les Autres

Copia Este Libro, David Bravo.
<http://copiaestelibro.bandaancha.st>

Por favor, pirateen mis canciones, Nacho Escolar
<http://www.baquia.com/noticias.php?idnoticia=00001.20010118>

Free Culture
<http://www.elastico.net/archives/001222.html>

Creative Commons
<http://es.creativecommons.org>

Aire Incondicional
http://www.platoniq.net/aireincondicional_licencia.html

Licencia Arte Libre
<http://artlibre.org/licence/lal/es>

Jamendo
<http://www.jamendo.com/es>

Dpop
<http://www.dpop.es>

La Mundial
<http://www.lamundial.net>

Creativeleft
<http://www.creativeleft.com>

Musicleft
<http://www.musicleft.net/articulos-musica-libre>

127
<http://www.127.es>

MagnaTune
<http://www.magnatune.com/>

CopyFight
<http://www.elastico.net/copyfight>

Esta obra está bajo una licencia Reconocimiento 2.5 España de Creative Commons. Para ver una copia de esta licencia, visite:
<http://creativecommons.org/licenses/by/2.5/es/>

Col·lecció *Idees per la música*

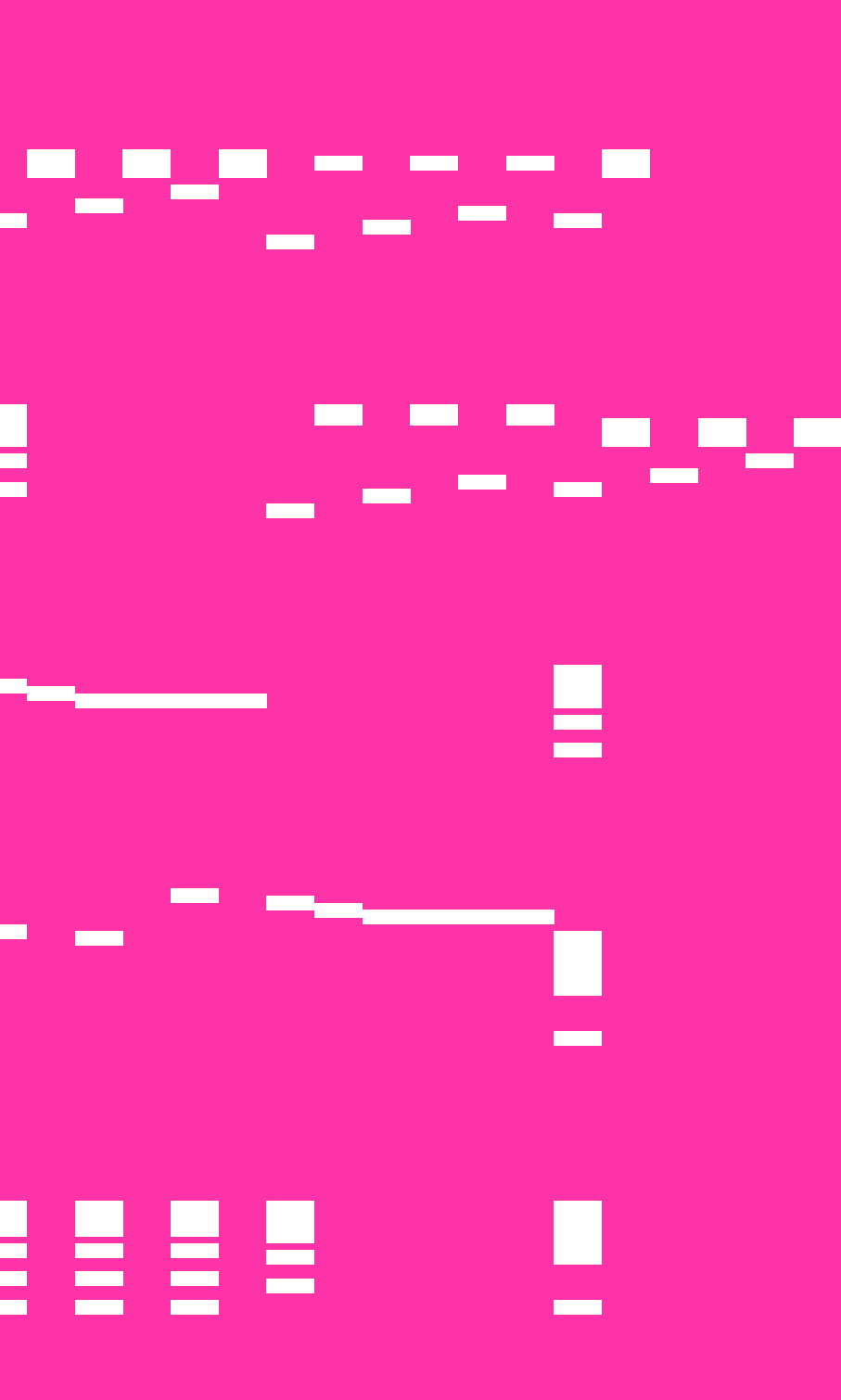
1 :: Una mirada sobre 12 experiències de Barcelona

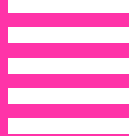
2 :: Reflexions sobre gestió musical

3 :: La música més enllà del comerç

www.observatoridemusica.wordpress.com

www.indigestio.com





Edita



Amb el suport de



Ajuntament de Barcelona
Institut de Cultura