

# LOS PÁJAROS Y LAS SEMILLAS

## *Sobre la industria cultural en España*

Reflexión acerca de la situación de la industria y los nuevos modelos de consumo cultural

2011

Luis Asiaín (Proyecto Triolocría)



### **Cuestiones previas.-**

Asuntos a tener en cuenta antes de leer este documento.

### *Definiciones y conceptos.-*

Los siguientes conceptos serán utilizados en el presente documento en base a las definiciones que siguen a continuación.

#### **1.Cultura:**

(Del lat. Cultūra).

2. f. Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico.
3. f. Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.

#### **2.Industria cultural:**

Engranaje o modelo a través del cual se comercia con la cultura de un país. Puede haber inversión pública y privada en el comercio cultural.

#### **3.Instituciones culturales:**

Estructuras públicas o privadas cuyo objetivo está directa o indirectamente relacionado con la Cultura.

#### **4.Ministerio de Cultura:**

Una de las instituciones culturales más importantes. Su objetivo, en teoría, es salvaguardar, difundir y potenciar la cultura autóctona y foránea.

#### **5.Autor, ra:**

(Del lat. Auctor, -ōris).

1. m. y f. Persona que es causa de algo.
2. m. y f. Persona que inventa algo.
3. m. y f. Persona que ha hecho alguna obra científica, literaria o artística.

#### **6.Creador:**

(Del lat. Creātor, -ōris).

1. adj. Que crea, establece o funda algo. Poeta, artista, ingeniero creador. Facultades creadoras. Mente creadora. U. t. c. s.

#### **7.Artísta:**

1. adj. Se dice de quien estudiaba el curso de artes. Colegial artista.
2. com. Persona que ejercita alguna arte bella.
3. com. Persona dotada de la virtud y disposición necesarias para alguna de las bellas artes.
4. com. Persona que actúa profesionalmente en un espectáculo teatral, cinematográfico, circense, etc., interpretando ante el público.
5. com. Artesano (|| persona que ejerce un oficio).
6. com. Persona que hace algo con suma perfección.

#### **8.Artista consolidado:**

Se dice del creador, artista, compositor, intérprete, cuyas obras-creaciones-interpretaciones generan los beneficios suficiente como para que él pueda vivir de ellos.

#### **9.Artistitis:**

Inflamación del ego de un artista.

#### **10.-Derecho de autor:**

m. El que la ley reconoce al autor de una obra para participar en los beneficios que produzca su publicación, ejecución o reproducción, y que alcanza, en algunos casos, a los ejecutantes e intérpretes.

- 1.-Derechos Morales (autoría)
- 2.-Derecho de explotación (derechos económicos del autor)

#### **11.-Derechos de autor:**

m. pl. Cantidad que se cobra por derecho de autor.

#### **12.-Copyright:**

Derecho por el cual un autor-creador se reserva todos los derechos de su creación. Legalmente, una obra adquiere todos sus derechos reservados por el mero hecho de ser creada. No hay necesidad de declararlo.

- 1.- *Derecho moral* (autoría): debe constar la autoría
- 2.- *Derechos de explotación*: el autor reserva todos los derechos.

#### **13.-Licencia creativa (Creative Commons):**

Derecho por el cual un autor-creador se reserva algunos derechos de su creación y libera otros. El propio autor será quién defina qué derecho libera y qué derecho reserva.

##### *1.-Derechos Morales* (autoría)

a. Mención de autoría: el autor puede autorizar o no que se mencione su autoría en la difusión de su obra.

##### *2.-Derecho de explotación:*

a. Uso comercial por terceros: el autor puede establecer que alguien ajeno pueda lucrarse con el uso de su obra. También puede no autorizarlo.

b. Obra derivada: el autor puede autorizar a que, sin previa consulta ni acuerdo, otras personas generen obras derivadas a raíz de la suya. También puede no autorizarlo.

c. No modificar: el autor puede establecer que su obra se difunda tal y como él la ha concebido, no autorizando a que sea modificada en manera alguna.

d. Difundir igual: el autor puede definir si su obra debe ser difundida en las mismas condiciones que él establece inicialmente.

#### **14.-Copyleft:**

Derecho por el cual el autor-creador libera todos los derechos de su obra. No se reserva nada.

### 15.- Emisor:

Autor, creador, intérprete. Son emisores de mensajes artísticos.

### 16.-Receptor:

Cualquier persona que sea susceptible de recibir un mensaje artístico, directa o indirectamente, voluntaria o involuntariamente.

### 17.-Arte:

Definición oficial:

(Del lat. ars, artis, y este calco del gr. τέχνη).

1. amb. Virtud, disposición y habilidad para hacer algo.
2. amb. Manifestación de la actividad humana mediante la cual se expresa una visión personal y desinteresada que interpreta lo real o imaginado con recursos plásticos, lingüísticos o sonoros.
3. amb. Conjunto de preceptos y reglas necesarios para hacer bien algo.
4. amb. Maña, astucia.
5. amb. Disposición personal de alguien. Buen, mal arte

En este documento, el concepto de **Arte**, será utilizado en base a la siguiente definición:

*Definición.- Arte es el proceso por el cual un emisor transmite un mensaje a un receptor a través de un medio artístico.*

Han de cumplirse los siguientes requisitos para que exista Arte en base a la definición anterior:

- 1.- *Emisor*: sintetiza o conceptualiza una determinada abstracción del pensamiento que, posteriormente, podrá ser transmitida o no a un receptor. Este proceso puede ser tanto voluntario como involuntario (aunque no por involuntario ha de ser arbitrario; el emisor ha de ser capaz de justificar y defender sus intenciones en todo momento).
- 2.- *Mensaje artístico*: aquella abstracción del pensamiento que será objeto de ser transmitida.
- 3.- *Medio artístico o canal*: medio utilizado para transmitir un mensaje artístico: música, escritura, escultura, pintura, cine...
- 4.- *Receptor*: es el punto de llegada del mensaje artístico. El mensaje puede ser captado o no; a su vez puede ser captado voluntaria o involuntariamente; puede ser entendido o no; puede ser compartido o no. No es necesario que el receptor del mensaje artístico entienda o comparta el mensaje recibido para considerar que este haya sido transmitido con efectividad o acierto. Un emisor adelantado a su tiempo nunca será bien entendido por sus receptores contemporáneos. Para ello, debería contar con otros receptores tan adelantados a su tiempo como el mismo emisor. Esta circunstancia no implica que el emisor sea un emisor de mala calidad, más bien todo lo contrario.

### 18.-Proceso artístico:

Proceso a través del cual se establece una comunicación emisor/receptor. La calidad de este proceso artístico dependerá de la calidad de los siguientes elementos en lid:

- a. Emisor
- b. Receptor

### c. Mensaje artístico

La calidad del medio artístico no será tan relevante cuanto la destreza o pericia del emisor/receptor para utilizarlo.

Para que el proceso artístico sea sostenible y viable, la calidad de los tres elementos anteriores —a, b y c— ha de ser equilibrada. El desequilibrio en esos tres elementos forma parte constante de la Historia del Arte y por extensión de la Humanidad. Dicho desequilibrio constituye siempre un fiel reflejo del estado de desarrollo intelectual de una sociedad en un determinado momento.

### 20.-Comercio artístico

No es lo mismo que el proceso artístico, a pesar de que con frecuencia se confundan. Un receptor no puede recibir sin emisor; un emisor no podrá emitir —por muchas aptitudes y cualidades que tenga— sin unos parámetros vitales que le permitan ejercer su emisión. En el caso del emisor, sí podría emitir sin receptor, pero el eventual receptor podría estar en otro espacio-tiempo. No necesariamente contemporáneo, no necesariamente en el mismo lugar. También podría emitir sin que su mensaje artístico llegara jamás a ningún lado. Lo que sí es claro es que el emisor puede emitir —si sus circunstancias personales lo permiten— sin la necesidad de tener receptor. El receptor, sin embargo, no puede recibir un mensaje emitido por nadie, requiere necesariamente de un emisor para ser receptor. Todos somos receptores — incluidos los emisores—.

Se da pues la siguiente circunstancia: hay menos emisores que receptores. Todos los emisores son receptores, pero no todos los receptores tienen por qué ser emisores. (Diferencial E/R). Por ello, la actividad del emisor adquiere un valor y, por tanto, es objeto de comercio.

Ese comercio artístico habrá de conseguir que el emisor disponga de unos parámetros vitales suficientes que le permitan seguir ejerciendo su actividad.

*¿Por qué el emisor debe emitir mensajes artísticos?*

Los mensajes artísticos son reflejos de la capacidad de abstracción de nuestro pensamiento en un determinado momento. El nivel de abstracción refleja directa e indirectamente infinidad de circunstancias y características de la sociedad en la que se emite el mensaje artístico y, por ello, es un buen medidor del estado-avance de dicha sociedad. Toda sociedad tiene representaciones artísticas, en tanto en cuanto está compuesta por seres humanos. Una sociedad tribal tiene menos nivel de abstracción en sus representaciones artísticas que otras sociedades más complejas en las que la capacidad de abstracción llega a ser mayor. Pero esto no significa en ningún caso que dicho núcleo tribal no tenga ninguna representación artística; más bien lo contrario. Es muy probable que tenga un cierto grado de abstracción pero, en principio, no cabe esperar el impresionismo francés en



sus representaciones pictóricas, por ejemplo.

Los mensajes artísticos son fotografías fieles de un determinado núcleo social, en un determinado momento del tiempo. El avance de ese núcleo social dependerá de su capacidad para interpretarse a sí mismo, sus circunstancias y aprender de ello para desarrollarse.

Conservar las emisiones de pensamiento abstracto (el proceso artístico dentro de un núcleo social) es importante por tanto, para que una sociedad pueda entenderse y, por extensión, avanzar cognoscitivamente. No es un factor exclusivo para el avance, pero desde luego es un factor esencial en una sociedad desarrollada —no sólo en el terreno cultural—.

### 19.-Diferencial emisor/receptor

Es la diferencia existente entre el número de receptores y el número de emisores siendo que, por definición, nunca podrá haber más emisores que receptores.

1. *Diferencial E/R alto*: significa que hay muy pocos emisores para muchos receptores. Una sociedad poco creativa, con las implicaciones que ello conlleva. Curiosamente, al ser poca la oferta creativa, su aportación, por escasa, puede ser considerada de más valor en el núcleo en el que se desarrolla. Pero éste es un valor capcioso. No por ser una oferta escasa puede ser considerada de mayor calidad. En esta situación no tiene por qué aplicarse esa regla de mercado ya que, a fin de cuentas, se trata de un mercado cultural y no uno convencional de materias al uso. La calidad de lo emitido —independientemente de la relación oferta-demanda— ha de ser tenida en cuenta aunque, por escasa, se considere en cierta medida valiosa.

2. *Diferencial E/R bajo*: representa un núcleo social con un alto nivel de emisores y, por tanto, cabe esperar un uso amplio de la capacidad de abstracción del pensamiento. Alto nivel de educación interdisciplinar. En este caso, la oferta de emisores es mayor por tanto su valor es menor.

Una vez más, el hecho de que existan muchos emisores tampoco puede ser considerado como indicador de la calidad de lo emitido. Puede haber muchos emisores buenos, muchos malos, algunos buenos, algunos malos, etc.

### 21.-Calidad del diferencial E/R

El hecho de que en un núcleo social exista un determinado número de emisores-receptores difundiendo-consumiendo diversos mensajes artísticos, no garantiza que la calidad de éste mismo mensaje sea alta; puede suceder cualquier cosa. Ambos pueden coexistir del siguiente modo:

- Emisor nivel alto vs. Receptor nivel alto
- Emisor nivel bajo vs. Receptor nivel alto
- Emisor nivel alto vs. Receptor nivel bajo
- Emisor nivel bajo vs. Receptor nivel bajo

### 22.- Mercenario musical

Es el músico profesional que para poder vivir de la música toca, compone y/o interpreta para otros intérpretes. Pueden tener sus propios proyectos musicales personales — generalmente de mucha calidad— que, al no ser recibidos

por el público general, no dan el suficiente rendimiento como para vivir de ello. Al tratarse de músicos con formación, se dedican a tocar por encargo. El mercenario o músico profesional por encargo suele ser mejor músico que aquél músico-intérprete para el que toca; aunque esta regla no tiene por qué cumplirse en todos los casos.

### 23.- Pendiente de Identificación (PI – SGAE)

Todas aquellas recaudaciones que la SGAE realiza en nombre de los autores y que, por cualquier motivo, no ha sido capaz de identificar pasan al denominado PI. La ley obliga a mantener esos ingresos intactos durante cinco años a la espera de que un autor los reclame; en caso de no haber reclamación alguna, ese dinero pasa a la SGAE directamente.

### 24.- Consumo Responsable de Música

El consumo responsable de música, es aquel que tiene en cuenta y respeta el esfuerzo en el proceso creativo y de producción de un trabajo musical. Un trabajo será pagado cuando se haga respetar. La explicación más extendida vendrá desarrollada en el presente documento.

(Algunas de las definiciones están sacadas directamente del Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua)

*Nota del autor.-*

Las instituciones culturales en España, y muy concretamente el Ministerio de Cultura, están errando el camino por varios motivos. Dichos motivos no son meras especulaciones y, ante la aparente desorientación general dentro de la cultura, es interesante clarificar lo que está sucediendo y por qué. Quiénes son los protagonistas o los causantes de esta desorientación y hacia dónde tiende la compleja actividad del controvertido binomio cultura-comercio.

Este documento lo desarrolla un autor (NO consolidado —y por tanto sin intereses económicos en juego—) que no forma parte de ningún movimiento o institución relacionada con la cultura. En otras palabras, un autor totalmente independiente y ajeno a la industria cultural actual. Los intereses del autor en el desarrollo de este documento son estrictamente personales. Siendo que al definirlos como personales, se hace referencia explícita y directa a que la motivación personal en la elaboración de este documento es sencillamente **por amor al Arte**. Algo relativamente olvidado en estos tiempos.

Actualmente la difusión cultural y el medio en el que se desarrolla el Arte, atraviesa un momento convulso y algo complejo. En general, todos los protagonistas involucrados en la Cultura y su difusión están bastante desorientados y observan con estupor cómo los modelos establecidos hasta la fecha han dejado de funcionar. ¿Hacia qué modelo de producción artística tendemos?, ¿qué está sucediendo?, ¿por qué la industria no es capaz de seguir trabajando como lo ha hecho hasta la fecha?

Para colmo, las instituciones legisladoras, lejos de ayudar, complican aún más las cosas. A veces por un desconocimiento y una falta de actualización total pero, con frecuencia, detrás de la falta de acierto en sus decisiones no hay nada más y nada menos que intereses de diversa índole —no siempre relacionados con la cultura—. Todo ello sucede en un momento de cambio en el que algunos autores con frecuencia padecen *artistitis*, otros son pisoteados, otros ninguneados... pero, he aquí la paradoja: ¡todo se hace por el bien de los autores! Asistimos a una situación de cambio total en el paradigma de la difusión cultural y, en esta ocasión, muy probablemente todos los protagonistas del comercio artístico deberán hacer concesiones —incluidos los autores, tanto los consolidados como los no consolidados—. Todo cambiará. En esta ocasión a unos les tocará perder, y otros ganarán pero lo que es seguro es que la situación a la que se tiende ya no presentará un panorama tan sumamente desigual para los creadores. Se tiende a mejor, sin duda. ¿Sin duda?

### **Falacia.- Lo primero, es defender los derechos de los autores.**

Mentira. Cuando desde el Ministerio de Cultura —y otras instituciones— se nos asegura que los autores estamos por encima de todo y que, la intención de las modificaciones legislativas es salvaguardar los derechos económicos de los autores es algo, sencilla y llanamente falso. Y es falso por lo siguiente:

Si se pretende proteger al autor con una ley, lo primero que se debe hacer es una ley para proteger al autor. Parece lógico. ¿Cómo podría ser esta ley? Por ejemplo, se podría plantear que, desde la publicación en el BOE de dicha ley, todas, absolutamente todas las creaciones sujetas a derecho de autor, desde su creación y para siempre, tienen la reserva obligatoria e inalienable de, por lo menos, un cincuenta y uno por ciento —51%— de todos los beneficios económicos que genere una determinada obra a favor de su creador —en un contrato discográfico, etc.—; el 49% restante se repartiría, según acuerdo, entre el resto de protagonistas de una producción. Evidentemente, se trata de un escenario inverosímil. La ley no planteará jamás un marco en el que el autor se quede con algo más de la mitad de su obra y el resto se reparta entre productores, editores, distribuidores, y demás partes sujetas a reparto. Se esgrimiría que la industria, de ese modo, sería inviable. Otro argumento falaz. (Nota.- Sepa el lector que con frecuencia los contratos discográficos

no dejan más que 10% al autor de la obra—siendo generosos—).

Esa misma ley, podría contemplar algún tipo de reconocimiento a los autores e intérpretes como trabajadores. Hay legislación en la actualidad al respecto pero, sencillamente es inservible ya que, en la práctica, los contratos de los intérpretes que recorren el país en infinidad de orquestas son contratos precarios en los que, en ocasiones, se llega a contratar a un músico-intérprete como montador, por ejemplo. Esa es la historia de todas las profesiones en España, cierto, pero tampoco se tiene intención de legislar la situación laboral de los intérpretes y mucho menos la de los autores. Ya que... ¿se considera la autoría como una profesión? En Francia, si un artista justifica debidamente unas actuaciones anuales determinadas —es su trabajo— tiene derecho a paro. Pero no se trata de un «montador» con derecho a paro —que también—, sino de un músico o autor con derecho a paro. Ese escenario también es impensable.

Si se pretende defender a los autores, cabría pensar que sería conveniente dotar a los mismos creadores de más control sobre sus propias obras. La industria se nutre de creadores —puesto que en sí misma no es creativa— y, una vez conseguido «algo» creativo con lo que comerciar, sencillamente se puentea al creador con artes sibilinas, tendenciosas y en base a argumentos capciosos. Cosa que sucede de manera sistemática. En los contratos que un creador pueda suscribir, por regla general, siempre llevará las de perder —si no es un artista consolidado—, si una ley no se pone de manera clara e inequívoca de su parte, ¿quién asiste a la parte creadora?... ¿la discográfica?... ¿el productor?... ¿el editor?... ¿el distribuidor? Todos ellos con intereses económicos en el objeto de contrato. Podrán existir buenas intenciones en alguna ocasión... pero la filantropía en el terreno del comercio artístico brilla por su ausencia en nuestros días.

Se produce la siguiente paradoja: hay autores que apoyan esta forma de comercio artístico. En general, los que lo apoyan son artistas consolidados, evidentemente. Es totalmente comprensible que lo hagan y no cabría esperar otra cosa. Pero tampoco es menos cierto que por el hecho de que un artista consolidado apoye un determinado sistema, éste tenga por qué ser mejor para la generalidad de los autores; habría que demostrarlo con argumentos, no con dinero y marketing. ¿Por qué no se ve a un artista consolidado luchando contra su propia discográfica solicitando una mayor remuneración en base a su autoría? Cuando esto sucede, dicho artista sencillamente cambia de discográfica. Tiene lógica, a fin de cuentas se trata de un artista consolidado, con total seguridad habrá de conseguir otro contrato discográfico. Constatar este hecho no significa que el mismo no sea legítimo; así han funcionado las cosas hasta ahora, y ese artista ha seguido un camino —seguramente con trabajo y esfuerzo— para conseguir

consolidar su carrera en un sistema que, por muy malo o bueno que fuese, era en el que estaba inmerso. Si la crítica a un artista consolidado tiene alguna lógica, desde luego la tendría en el caso de criticar la eventual incapacidad para adaptarse a los cambios, pero desde luego no la tendría para criticar el haber estado bien adaptado a un sistema que fue válido mientras duró.

## EL SISTEMA

### *Ser sistema vs. Hacer sistema.-*

Con frecuencia, los individuos que forman parte de un determinado sistema o núcleo social podrían ser catalogados de la siguiente manera:

- 1.- aquellos que son sistema
- 2.- aquellos que generan movimiento en el sistema
  - a. Lo destruyen
  - b. Lo crean

Los individuos que son sistema, por regla general, contemplan como «no viable» la transformación del sistema: Ej.-

«Si las cosas son así, son así y punto, no las vas a cambiar tú; no las voy a cambiar yo»

«Si quieres cambiar las cosas, hazlo como los demás»

Dejando implícito el hecho de que debe haber siempre una única manera correcta de cambiar las cosas. Siempre ambigua... siempre desconocida para los interlocutores. Los «demás» saben cómo cambiar las cosas, pero la 1ª, 2ª y 3ª persona del singular, más la 1ª y 2ª del plural, no.

Para hacer sistema, se deben potenciar los aspectos positivos del existente y destruir los negativos, reformando y mejorando dicho sistema. En ocasiones, es necesario destruir elementos de un sistema con el fin de optimizarlo. En otras ocasiones, sencillamente aprovechar lo bueno de ese sistema y crear más elementos que le den valor.

En este sentido, los autores consolidados SON sistema. De ellos no cabe esperar más que la tendencia a mantener el momento vital y artístico que atraviesan. Cosa que es respetable, lógica y difícilmente criticable... ¿quién está dispuesto a abandonar una situación privilegiada, alcanzada —cabe suponer— después de años de trabajo y esfuerzo? Cuando el cambio se impele desde abajo, desde la nada, desde el suelo, desde la tierra, no hay heroicidad alguna... lo heroico sería que alguien, habiendo alcanzado el cénit de su carrera —en términos artísticos y económicos— renuncie a todo con el fin de corregir un sistema que, en su planteamiento de base, ya no es viable e incluso quizá, sea injusto. Cualquiera podría encontrarse en esa tesitura, más allá incluso del ámbito artístico-creador. Quien nada tiene que perder, puede permitirse el lujo de ser libre, y sostener su postura en base a unos argumentos; el anonimato por otra parte, es el mejor aderezo para basar un cambio en la fortaleza de un razonamiento y sus argumentos. Si los argumentos no se sostienen por sí mismos, no valen de nada. Y si un argumento es pretendidamente válido porque así lo dice «fulanito de tal», tampoco. Aunque tampoco habrá de

ser menos válido porque lo diga el tal «fulanito». Lo importante, en cualquier caso, serán los argumentos en lid.

### *¿Por qué el comercio artístico —musical entre otros— atraviesa tantos problemas?*

Se esgrime lo siguiente: «**La culpa es de la piratería**» Una vez más, mentira. Otro argumento falaz. Y es mentira por lo siguiente:

Si en algo la industria discográfica —en este caso— ha hecho inversión, desde luego es en investigación y medidas para evitar la copia personal presuntamente «fraudulenta». En las últimas dos décadas, se ha intentado hacer de todo desde la perspectiva tecnológica —cd's anticopia, etc.—; poco o nada se ha conseguido, el material SIEMPRE acaba siendo copiado. La única circunstancia que condiciona el hecho de que un disco sea copiado o no es: tener la voluntad de hacerlo. Antes o después estará hecho. Es un hecho, indudable, inexorable y que, a pesar de lo que se haga, ha venido para quedarse.

Dicho esto, cabría preguntarse: si la inversión de la industria ha sido tan grande... ¿por qué no han sido capaces de solucionar el problema? ¿por qué las discográficas caen como moscas? ¿por qué los discos sencillamente NO se venden? ¿qué pasa?... tanta inversión... ¿para esto? ¿dónde está el problema? ¿por qué no se ha solucionado nada, con todo el empeño e inversión económica destinada al *conflicto* por parte de creadores, productores, discográficas, editores, instituciones, Ministerios, etc.? La respuesta es tan obvia y sencilla que resulta abrumadora: la industria no da con el problema porque la industria ES el problema. Esto no quiere decir que una industria no sea necesaria y provechosa para el proceso artístico; sencillamente significa, que la industria que hemos tenido hasta la fecha ES el problema.

### *¿Por qué?*

Pongamos un ejemplo neutro: ¿deja Paco de Lucía de vender discos? Con total seguridad venderá menos discos. Pero también hay algo cierto: sus seguidores son fieles. Paco de Lucía —tomado aquí sencillamente como un ejemplo musical— es un maestro admirado en su competencia, eso genera un indiscutible interés, pero ese interés no es arbitrario. Se basa en esfuerzo, trabajo y unos criterios artísticos buscados deliberadamente —de ahí el esfuerzo— por el propio maestro. ¿Vende menos discos? Desconociendo el dato, es probable que así sea, dado el momento que atraviesa el sector musical. ¿Dejará de venderlos en el futuro? Eso será muy poco probable. Mientras Paco de Lucía esté en activo, ¿dejarán de ser solicitadas actuaciones suyas —incluso a nivel internacional—? Esa respuesta podrá ser más rotunda: no.

Paco de Lucía personaliza aquello que sería un emisor de calidad; emite su trabajo y arte para un público



nacional e internacional de muy diversas características. Dentro de éste público, habrá receptores de mayor calidad y otros de menor calidad. Para entender e interiorizar plenamente una música de raíz y de raza, trabajada, profunda y compleja, como es el flamenco, es necesario haber tenido alguna toma de contacto con material de calidad con antelación; haber profundizado de alguna manera, directa o indirectamente en la materia con anterioridad. Esto no significa que para disfrutar de música se necesite ser un erudito, ya que la música es un arte que en el momento de ser concebido se hace deliberadamente «apuntando» a las emociones. Lo que no es menos cierto, es que para entenderla plena y profesionalmente —que no emocionalmente— es necesario tener algunos conocimientos o toma de contacto previa con según qué cosas a analizar. Y por tanto, para disfrutar plenamente de buena música de calidad es necesario por lo general, unos mínimos de *educación* sobre el material en cuestión.

Es necesario no olvidar una cosa, Paco de Lucía suele tardar de media entre tres y cinco años en producir un nuevo disco. Esto, que parece algo arbitrario, es de suma importancia.

#### *La otra cara de la moneda*

Frente a música como la que pueda hacer Paco de Lucía —entre otros tantos miles de músicos— podemos encontrar aquello que hace un pequeño puñado de personas: basura comercial. No todo lo comercial es basura, pero sí toda la basura musical suele ser comercial —aunque tampoco tiene por qué—.

El momento en el que todos podemos centrar nuestra atención en España fue un punto crucial en el panorama musical, punto de inflexión en la industria: el producto Operación Triunfo —en adelante POT—.

¿Qué sucedía verdaderamente en POT? En teoría, un puñado de jóvenes se encerraba en una academia en la que recibirían formación para convertirse en artistas/intérpretes. En la práctica, nada de eso era cierto. En realidad, lo que sucedía era que una serie de intereses económicos hilvanaban el modo de «reeducar» a una serie de consumidores —con el tiempo el perfil de esos consumidores ha ido bajando a los infiernos— con el fin de montar un ciclo productivo: durante unos meses, se embuchaba pseudomúsica enlatada en los gaznates de una serie de espectadores con el fin de conseguir que, en verano, las ventas de discos y conciertos por la geografía española se dispararan. Así fue, lo consiguieron: acabaron haciendo *foie con el hígado del espectador*.

A raíz de la inercia de aquel éxito, no solo los intérpretes de la escuela eran considerados POT, también otros muchos artistas adoptaron la estética, comportamientos y estilos del POT. Al generar un ciclo productivo, se convertía el consumo de esa misma música estilo POT en algo cíclico:

- 1.-Selección de sujetos a utilizar
- 2.-Exposición de los sujetos ante los espectadores durante meses

3.-Explotación del elemento «sujeto» con el fin de generar beneficio.

Alguno de los sujetos necesitó ayuda psicológica. Era de esperar. Pasar de una vida normal, verdadera y tangible a convertirse en el objeto de lucro de una estructura mediática destroza la cabeza de cualquiera... no digamos ya de personas poco preparadas o maduras, como los sujetos seleccionados.

*Nota.*- La falta de preparación y personalidad de los participantes era de vital importancia, dado que si los concursantes no se prestaran a las tonterías de la pretendida escuela, no servirían para el proceso productivo y acabarían por generar pérdidas económicas. Debían ser sujetos pues, moldeables, manipulables, y de poca personalidad para poder ser usados. ¿Alguien imagina a un pseudo instructor de la pretendida academia diciéndole a Nina Simone que dejara de poner voz de zapatilla y cantara de tal o cual manera? Le habría tirado el piano de cola encima y, posteriormente, habría tocado *My baby just cares for me* sobre su cadáver.

Se suponía que la persona que saliera seleccionada por el público al finalizar la temporada grabaría un disco como premio y haría su correspondiente gira. Sería demasiada pérdida desaprovechar la oportunidad; al final, todos grabaron disco, todos hicieron gira. La criba de estos sujetos para utilizarlos como «herramientas» de un sórdido mercado llegó hasta tal punto, que ni siquiera el ganador es quién más éxito ha tenido y se ha convertido en más internacional. Lo que viene a demostrar que detrás de aquel incipiente POT lo que había era una sola cosa: interés económico. Al final, se trataba de utilizar al que más útil resultase —y no necesariamente el que ganase el supuesto concurso—. Esos son hechos.

#### *Consecuencias de la otra cara de la moneda*

Tras el éxito de todo lo POT y su posterior explotación, han surgido infinidad de suplicios para los amantes de la música pero, también y curiosamente, la solución al problema POT.

El público general ha estado expuesto al POT por activa y por pasiva. De hecho, el POT se ha convertido en un género que ha creado escuela y seguidores y, lejos de haber durado unos escasos meses, se ha prolongado durante años. Años estos de bonanza en la industria y en el ladrillo. Años en los que lo meramente especulativo funcionó, ya sea en la música como en el ladrillo.

A un intérprete POT le producían discos en cuestión de meses. A los pocos meses, con el temor de que la inercia comercial se fuese perdiendo, ya se tenía otro disco preparado y así sucesivamente. Hay intérpretes POT con cinco y seis discos en los que, curiosamente, no se pueden aprovechar casi ni los silencios. Esta afirmación que, a priori, puede parecer algo despectiva y ofensiva, no lo es. Por



regla general el propio intérprete POT no componía su propia música —normal—; lo hacían los músicos de estudio y mercenarios que la productora/discográfica proveyera.

Por tanto, estas músicas son músicas diseñadas e ideadas directamente para vender. Cosa que a un músico de verdad, a un músico por vocación —no necesariamente de educación, Paco de Lucía nunca supo lenguaje musical— no le atrae en lo más mínimo. Hay que tener en cuenta que un músico profesional ha tenido que forjar su conocimiento musical, destreza e interpretación a lo largo de muchos años —con frecuencia toda una vida— y hacer trabajos musicales ajenos para vivir de ellos está muy bien cuando se observa la cuenta bancaria, pero con el paso de los años quema. Esto es un hecho. Aunque quien tiene vocación y gusto por la música, hará lo que sea menester para seguir dedicándose a ella, esto también es cierto.

En cualquier caso, aquellos discos de producto tipo POT, son discos sintéticos, prefabricados; son fruto de unos años sometidos al yugo de la inmediatez mediática, la banalidad artística, y al penoso influjo de los presidentes puteros de repúblicas italianas y sus emisarios/sucedáneos por el mundo. No son malos tiempos para la lírica... es que no pueden ser más aciagos.

Pero ya se sabe: **cría cuervos y te sacarán los ojos**. Eso es lo que le está sucediendo a la industria. Ante el fomento y abuso de este tipo de material POT, los potenciales receptores de mensaje artístico han ido perdiendo calidad a marchas forzadas; esto, lógicamente, debía tener unas consecuencias directas sobre el comercio artístico. Es lo que ya empezó a suceder: derrumbe total del paradigma utilizado hasta el momento. Es algo que pilla a mucha gente por el camino: tanto artistas consolidados como no, productores, discográficas, intérpretes, distribuidores... la industria en general. En España parece que nos convencimos de que los comportamientos especulativos no tenían consecuencias. Hasta que las tienen, claro.

### *Industria maltratada y descuidada*

El excesivo afán de lucro y crecimiento por encima de todas las cosas es, sin duda, la principal característica de todos los tipos de industrias. Todas salvo la que cumple una característica: una industria sostenible. Una industria sostenible es aquella en la que no se descuida ningún parámetro interviniente en su actividad, ni siquiera en beneficio del lucro por el lucro. El objetivo de una industria sostenible es poder sobrevivir, no morir, ser viable, rentable, y duradera. Sacrificar la durabilidad por la rentabilidad es el gran error. Una industria —en este caso la musical— recurre a una serie de recursos para realizar su actividad pero, tampoco puede olvidar bajo ningún concepto el medio del que se nutre: el receptor. Si dicha industria descuida su principal objetivo, es evidente que tendrá sus días contados. Y eso es bueno que suceda. Toda industria que suponga un lastre, NO debe ser rescatada en modo alguno. Sus gestores serán los culpables, nadie más. Buscar culpables en la

piratería es escurrir el bulto. La industria ha descuidado al receptor de música y cada vez lo ha ido embruteciendo más y más con el fin de vender también, más y más. Ahora el hechizo se vuelve contra el hechicero, y aquello que parecía magia financiera, resulta ser basura especulativa. Como todo lo que se ha hecho en general en los últimos años. Esos receptores no son sostenibles... son volátiles, de poca atención, poca fidelidad, muy poco maduros, poco preparados y, por si fuera poco, ahora mismo no les sobra el dinero para hacer con él lo que quieran. La mala gestión de esa industria debe ser pagada. Se debe purgar el sector con el fin de convertirlo en sostenible; no sostenible para unos pocos... sino sostenible. Aquello que es sostenible para unos pocos, con el tiempo, demuestra ser no viable por falta de equilibrio. Por tanto, si ahora hay parte de la industria que se hunde, no sólo debemos permitir que se hunda, es que debemos favorecer que así sea, con el fin de poder reestructurar el funcionamiento cuanto antes; a nadie le ayuda esta situación de desorientación absoluta.

### *MINISTERIO DE CULTURA*

#### *¿De qué lado están las instituciones?*

Si algo podemos tener claro hoy, es que los políticos son, en último caso, los responsables por haber permitido que esto suceda. Si vivimos en una sociedad legislada es, precisamente, porque hay gente que pretenderá de antemano y abiertamente engañar a otros en beneficio propio. En caso contrario, todos seríamos capaces de vivir en una sociedad que se regulara automáticamente por nuestra buena fe y actuación. Eso no es así. Actualmente los políticos son un mero instrumento para conseguir que vivamos en sociedad de manera relativamente ordenada pero que, en cualquiera de los casos, las estructuras económicas y de poder puedan salvaguardar sus intereses económicos, y pasar por encima de todo y todos bajo la amenaza de: ¡si cierro = paro! Cosa que es cierta, pero si no se purga primero, jamás nos desprenderemos de ellos.

En otras palabras, en teoría un autónomo y un gran club de fútbol tienen tanto derechos como obligaciones fiscales —a cada cual las que le correspondan—. En la práctica, el autónomo tiene obligaciones con Hacienda, Seguridad Social, etc., y el club de fútbol se las pasa por el forro de los cojones. La clase política no se enfrentará a la tremenda pérdida de popularidad y problemas económicos que provocaría el cierre de un club grande de fútbol. La pérdida de un autónomo se la pueden permitir. 20% de parados también —millones de personas—. 43% de parados jóvenes también. Que un club pague los impuestos y obligaciones en base a sus beneficios —en base a sus beneficios!— no se lo pueden permitir.

Digamos que nuestro cuerpo social se divide en: músculo, tejido cartilaginoso y esqueleto. Las estructuras de poder —bancos, corporaciones— que vertebran la economía de una sociedad actúan por debajo del músculo. No podrían realizar movimiento alguno sin una



musculatura —absolutamente todos los ciudadanos incluidos los propios políticos, empresarios, trabajadores, etc.— que la pudiese mover, pero dicha musculatura tampoco se mantendría de pie sin una estructura ósea a la que aferrarse. En medio de ambas está el tejido cartilaginoso, que no es más que cientos-miles de individuos en todo el país que hacen en la práctica de nexo entre la estructura muscular y la ósea. Actualmente prevalece la necesidad de mantenerse de pie... pero con una estructura ósea osteoporótica que no hace más que errar el paso. La clase política —el cartílago— se aferra al hueso como si no hubiese un mañana... la vida les va en ello (probablemente incluso su vida post-política también va en ello, puesto que la clase política al reciclarse, suele incorporarse a formar parte de la estructura ósea); sin embargo se aferra al músculo hipócritamente según convenga y cada cuatro años, por lo general. Y así nos vamos moviendo (no son formas).

Errar el paso es constante y, una vez más y por enésima vez... están errando el paso. Las estructuras encargadas de la cultura no han entendido aún su papel. Como no lo deben haber entendido, las decisiones que toman son equivocadas y, ¡casualmente!, siempre son favorables a la industria —obsoleta, eso sí— y sus protagonistas. ¿Qué piensan en el Ministerio de Cultura? ¿recordarán cuál es su función? O mejor aún: ¿sabrán cuál es su función?

### *El Semillero*

Tomemos como ejemplo el hip-hop —como fenómeno, independientemente de gustos—. El hip-hop surge en Estados Unidos a finales de los años sesenta, principio de los setenta, por una confluencia de factores sociológicos, culturales y económicos. Inicialmente algo local, algún grupúsculo en algunos suburbios de grandes ciudades norteamericanas con una identidad muy concreta y como consecuencia directa y local de una serie de factores.

Las *mentes preclaras* del marketing, deciden que ahí hay mercado y, por tanto, poco a poco se va forjando un movimiento de difusión que a su vez ayuda a consolidar una irrefrenable tendencia hacia una nueva forma de estar y vivir. Con el tiempo, lógicamente, se consigue convertir ese ascenso en una moda y de ahí hasta la fecha. Hoy se ha convertido en una forma de vivir y estar presente en todas partes del mundo; en ocasiones incluido en países árabes (¿hay algo más distante al mundo árabe actual que las circunstancias primigenias de la génesis del hip-hop?). Esto mismo sucedió con los movimientos culturales del *grunge* provenientes de Seattle, con el Rock and Roll, el pop, etc. Cuando el comercio entra en ello, entra sin base filantrópica que valga... entra a lo que entra: hacer dinero.

El mundo está repleto de pequeños semilleros culturales; los primigenios e incipientes movimientos del hip-hop a inicios de los setenta, podrían ser considerados como la base de un vastísimo movimiento socio-económico-cultural posterior. Si alguien debiera regar esas hipotéticas «semillas» es, sin duda, el capital privado, la empresa privada... quizá consiga

hacer crecer algo ahí —no deja de ser legítimo en una sociedad libre—. En este caso el capital privado consiguió hacer crecer algo de esas semillas... no un arbusto... no un árbol cualquiera... más bien una ¡secuoya! (en términos económicos).

De nuestro flamenco podría crecer un árbol, bien bonito, pero quizá no tan grande —lógico— por la sencilla razón de que la idiosincrasia del flamenco es española y, por tanto, por mucho que las ramas se extiendan por el mundo, su tamaño no se disparará en exceso porque al fin y al cabo, no somos tantos españoles en comparación con el resto del mundo. Pero el tamaño en este caso no tiene por qué ser sinónimo de belleza. Es más, un pequeño arbusto, un rosal, una flor... siempre podrán ser bellos.

La función de las instituciones culturales es crucial, pero parece que está mal interpretada. Su función principal no es la de regar «semillas culturales» —que también, por qué no—... sino la de ¡conservar el semillero! El vigilante de esa tierra llena de semillas, el que debe conservar una amplia variedad de semillas, cada cual de su padre y de su madre, debe ser, por ejemplo, una buena legislación que salvaguarde esa presencia de semillas variadas y salvaguardar a su vez su sostenibilidad. Porque esa ¡jamás será una tarea rentable! Y es precisamente a una institución pública a la que en nuestras sociedades más avanzadas se le exige la vocación de servicio público. Si algo hemos conseguido al cabo de los siglos —después de mucha guerra, sangre y sufrimiento— son nuestras pequeñas grandes adquisiciones... que ya damos por hecho, pero que se prostituyen con frecuencia y con la misma olvidamos. La ley debe proteger y salvaguardar el semillero cultural de su país que, para hacer dinero, ya está el capital privado que asumirá los riesgos/beneficios. Hasta cierto punto esa también puede ser una función proveniente de lo público, pero su principal cometido deberá ser proteger el terruño, la variedad... cualquier semilla se puede convertir en un árbol con futuro, un precioso arbusto o una gigantesca secuoya... pero sin semillas... y sin semillas variadas... mal vamos. Esa conservación no es rentable, es una acción con carácter de servicio público. Errando nuevamente el paso.

### *Sociedades de Gestión*

Y por tanto llegamos a ese pseudo guardián de semillas al que en España llamamos SGAE —Sociedad de Gestión de Autores y Editores—. ¿A quién se le ocurrió meter bajo el mismo techo a las semillas y a los pájaros?... Los intereses de autores y editores en ocasiones están enfrentados. Mal empezamos.

Una sociedad de gestión de derechos de autor es, a partida, una institución bastante legítima... si no fuera porque se convirtió con el tiempo en un vergonzoso engaño a los autores en primer lugar, y a los ciudadanos en segundo. Y nadie mueve un dedo.

¿Considera el Ministerio de Cultura que una institución en la que se tenga derecho





a voto en función de la facturación en derechos de autor al año... es democrática? ¿justa? El socio de dicha sociedad paga, pero no vota. O mejor, sí vota... pero si gana el baremo que estipulan los estatutos de la sociedad. Más: en función de lo que se gane al año, el voto de un mismo autor o titular de derechos puede valer por más de uno. Hasta cinco. ¿Es eso democrático? : «*Dime cuanto ganas y te diré cuánto vale tu voto*»

Por ejemplo, en relación a las obras audiovisuales:

1 voto: 2.290 € y 4.581 €  
2 votos: 4.582 € y 9.163 €  
3 votos: 9.164 € y 16.036 €  
4 votos: 16.037 € y 30.546 €  
5 votos: más de 30.546 €

Estos valores se pueden consultar en los estatutos de la propia SGAE, de libre acceso en la web:  
[http://www.sgae.es/recursos/doc\\_interactivos/estatutos\\_nuevos/page0028.htm](http://www.sgae.es/recursos/doc_interactivos/estatutos_nuevos/page0028.htm)

Menos del 10% de los socios de la SGAE tiene derecho a voto debido a que los demás no alcanzan el mínimo ingreso anual para votar. O sea, más del 90% NO VOTA porque no le está permitido.

¿Es este un ejemplo de equidad? Es por ello que cada vez que escucho o leo la palabra «autor» en algún medio de comunicación me llevo las manos a la cabeza y me preparo: o bien para recibir algún improperio dirigido a los autores consolidados —pero, por extensión y generalizando, los demás vamos en el paquete— o bien por la cantidad de estupideces, mentiras y despropósitos que se justifican en base al «bien del autor». Los autores NO consolidados no formamos parte del aparato mediático de la industria del sector y, por tanto, jamás tendremos las puertas abiertas para poder puntualizar todas aquellas cosas que, curiosamente, «se os olvida puntualizar» por el camino. Como el análisis que consta en este documento.

### *El truco del almendruco*

Pongamos un ejemplo. Una emisora de radio local debe pagar forzosamente a la SGAE para poder emitir música. En teoría, de toda la música que la emisora de radio emita, la SGAE destinará la parte correspondiente al autor cuya música haya sido difundida públicamente. Hasta ahí todo estaría bien. El problema surge en, según qué ocasiones, la SGAE no acepta listas de reproducción ya que le obligaría a pagar a todos y cada uno de los artistas reproducidos... en todo momento... en todas las emisoras... en todo el ámbito de acción de la sociedad de gestión. ¿Alguien se hace una idea de lo que eso significa en volumen?

Una peluquería... un restaurante... un bar... etc. La prueba es fácil de hacer. Si alguien se dispone a casarse, y pretende poner música en su ceremonia en el hotel-instalación en la que haya contratado el evento, la SGAE cobrará su canon. Cuando los novios intenten por todos los medios registrar una lista de reproducción con exactamente todas y cada una

de las músicas reproducidas a lo largo del baile, con el fin y argumento de que a cada músico le llegue su correspondiente parte proporcional del pago realizado por los anfitriones, podrán comprobar que la SGAE sencillamente no la acepta. (Sí acepta listas de reproducción de grandes medios de comunicación como RTVE, por ejemplo; Radio Nacional reporta escrupulosamente todo lo que es emitido; la SGAE lo registra y sí paga a los autores que corresponda su parte —está obligada a ello—).

TODO lo recaudado en base a «no sabemos qué artistas han sido reproducidos, pero ha habido reproducción de varios» se recauda... ese dinero se considera Pendiente de Identificación, y si «fulanito de tal» no sabe que le han reproducido en tal medio, tal día y a tal hora... no cobra. Tendría que reclamarlo en PI —que también está obligado a pagar, incluso, recaudaciones hechas de músicos NO socios de la SGAE; ya que por defecto pueden llegar a cobrar por esos autores y, si lo hacen, deben pagar al autor si la cantidad es reclamada por este—.

¡Bingo!: «*Todo al saco Pendiente de Identificación*»

Por tanto:

- 1.-Los autores NO consolidados ni pinchamos ni cortamos
- 2.-Se recauda dinero en nuestro nombre (sin que los no socios lo autoricemos)
- 3.-En caso de ser socios de la SGAE, no tenemos ni voz ni voto si no generamos anualmente los suficientes derechos de autor —pasta—
- 4.-En caso de NO ser socios de la SGAE, se recauda en nuestro nombre de igual modo (por desconocimiento de las personas, más que por otra cosa, ya que si alguien reproduce en un sitio público música de un no socio de la SGAE, no hay obligación de pagar por esa reproducción si está liberada o, en su defecto, como lo haya establecido el autor del material reproducido)
- 5.-Se pone a parir a los autores, generalizando indiscriminadamente, de tal forma que a todos se los mete en el mismo saco
- 6.-Y por si fuera poco tenemos que aguantar discursos políticos y mediáticos de que todo lo que se hace... se hace por nosotros.

Visto así, no solo llevamos una luminosa y vistosa cornamenta, sino que además nos apalean por ella.

### *NUEVO CONSUMO MUSICAL*

*¿Y ahora qué?*

Ahora resulta que todos los protagonistas en el medio musical andan desorientados y sin saber muy bien hacia donde tiende. Es comprensible. Aún no existe un claro modelo, pero la inercia del receptor-consumidor tiende hacia algo bastante claro y tangible.

Está claro que la gran revolución en la nueva situación viene dada



directamente por Internet. Es tan obvio que no será necesario profundizar más en ese argumento.

Lo que sí es cierto, es que la red aporta un soporte de conocimiento y trabajo en equipo tal, que por más inversión que las grandes estructuras realicen de aquí en adelante, por más leyes que se publiquen, hay factores que no volverán a lo que fueron:

- 1.-Cada vez se escuchará más música
- 2.-El consumo es más inmediato, fugaz y banal; fiel reflejo de la sociedad actual.
- 3.-Dentro de ese gran incremento del consumo, parte del mismo será un consumo responsable
- 4.-Habrá más consumo responsable de música que con modelos anteriores
- 5.-En consecuencia, el consumo de música se democratizará.

### *Consumo Responsable de Música*

¿Cuándo existe un consumo responsable de música? Música, es música, independientemente del «paquete mediático» en el que vaya envuelta. No siempre se podrá valorar si una determinada música se escucha con respeto o no. La música, como tantas otras cosas hoy día, se consume de manera bulímica, sin reparar en su contenido... importa más el continente. En ocasiones es escuchar por escuchar, sin que medie ningún tipo de reflexión sobre aquello que se escucha... ni tan siquiera para un simple: «mola». Este se trata de un consumo compulsivo que tampoco tiene más interés para el creador que eso mismo. Este consumo es interesante para la forma de hacer música anterior. Cuanto más compulsivamente se consume algo, mejor... sin importar nada más.

### *Concesiones y cambios del receptor*

Sin embargo, hay obras musicales —contemporáneas o no— que se hacen respetar por sí mismas, independientemente de la envoltura, la estética de sus intérpretes o la cantidad de dinero invertida en promocionarla. Cuando una obra se hace respetar por sí misma lo suficiente, como para que un eventual receptor decida adquirir pagando una copia del disco, significa que:

- 1.-El trabajo —música— cumple su función
- 2.-El eventual receptor ha sentido el respeto suficiente por ese trabajo como para pagar por él. Sencillamente por contribuir a que el emisor continúe haciendo material como el que ha acabado respetando. Por disfrute y por reconocimiento hacia el autor.
- 3.-No toda la música se hará respetar, y el receptor no tendrá por qué sentirse atraído por ella
- 4.-Personas distintas, gustos distintos, pueden respetar músicas distintas, por tanto, siempre habrá mercado
- 5.-El consumo de música con respeto y conciencia aún no es frecuente, pero existe.

### *Concesiones del emisor*

Dado que la lucha contra la «madeja de conocimientos en red» que supone Internet es absolutamente inútil, será mejor no engañarse y asumir ciertos aspectos importantes como emisores de mensajes artísticos; ahorrará tiempo y con total seguridad dinero:

*Es imposible que alguien no consiga un disco-música gratis en la red.*

Conseguirlo es cuestión de tiempo —minutos—, ya no de medios. Cuanto antes se asuma, antes migraremos a las nuevas formas de uso. Es un concepto muy difícil de asumir para artistas consolidados como ya se ha explicado y es evidente, pero la difusión musical del futuro debe basarse más en la calidad de un producto que en la infraestructura de la que dispone quién lo promociona. De lo contrario, volveremos al punto de partida nuevamente y todo volverá a repetirse, con su consecuente pérdida de dinero y tiempo. Sería un comportamiento muy poco óptimo.

La música será difundida por la red casi exclusivamente a no más tardar, en consecuencia, poner a disposición una copia gratuita de un trabajo concreto en su correspondiente sitio web no es más que facilitar la difusión de ese mismo trabajo. Dado el fallo de los canales de distribución y difusión, fomentar la circulación de una obra concreta —aunque sea gratuita— no aportará más que beneficios. Cuanta mayor sea la difusión, mayor será la posibilidad de encontrar receptores sensibles al material realizado y, por tanto, se incrementará la posibilidad de compra por parte de esos receptores.

Actualmente, esta no es la metodología de consumo de música, es evidente. Pero con seguridad, tendemos a ese modelo.

Los ingresos en el futuro, más que por la venta de cd's, vendrán condicionados por los directos que haga un grupo, artista, intérprete, etc.

### *Crisis del directo*

Si los ingresos se condicionan al número de actuaciones que tenga un grupo cualquiera siendo que, además, dicho grupo podrá poner a disposición un disco CD a la venta con el fin de optimizar sus ingresos, habrá que tenerlo en cuenta o, cuando menos, no descuidar ese campo; y si hay algo que se ha descuidado especialmente en España, desde luego, son los pequeños directos. Se ha descuidado no por la falta de ellos —que también—, sino por la escasa o nula rentabilidad que dichas actuaciones suponen para los pequeños grupos desconocidos.

El Ministerio de Cultura debería esforzarse para conseguir que las actuaciones del «semillero» nacional



fuesen lo más fluidas posibles y viables. No tiene ningún sentido movilizar capital —subvenciones, por ejemplo— de ningún tipo para potenciar actuaciones de gran calado ya que, al fin y al cabo, esa es una actividad de riesgo-beneficio que asumirán las inversiones privadas —o así debería ser—. Facilitar alguna pequeña ayuda a nivel nacional para que determinados bares potencien su actividad en directo, sería interesante. Por ejemplo, con el fin de que un bar quede exento de pagar el canon SGAE, podría ser requerido por el Ministerio de Cultura un compromiso semanal/mensual de una actuación —por ejemplo—... o una cada dos semanas (dependiendo del tamaño del local). En caso de no realizar actuaciones de ningún tipo, el bar funcionaría normalmente como sucede ahora.

Pequeñas medidas de ahorro para los bares, que incentiven directa o indirectamente a esos mismos locales a fomentar el directo de grupos musicales de todo tipo. El directo se está muriendo en España, y el Ministerio de Cultura se centra en cerrar páginas web en un intento desesperado de encontrar justicia. Justicia esta, que queda en entredicho precisamente por la aplicación de la medida en cuestión. En otras palabras: desorientación total y absoluta.

### *Desorientación y Cine*

El Ministerio de Cultura es tan necesario como cualquier otro, pero también es un ministerio que con más frecuencia de la deseada se «desorienta». En la red se fragua actualmente una de las mayores actividades culturales de la historia de la Humanidad y, curioso, al Ministerio de Cultura no le está costando ni un solo euro. Más: lejos de fomentar esa impresionante actividad, la criminaliza.

La labor de recolección, catalogación, difusión y exposición de material «obsoleto» —para la industria— que se realiza en la red, sencillamente NO TIENE PARANGÓN. La enorme cantidad de material audiovisual —películas, música, etc...— que individuos totalmente anónimos digitalizan y ponen a disposición en la web, es algo que no haría absolutamente ninguna empresa privada —dado que no es rentable— ni pública —no tiene acceso a los domicilios de los «piratas»—. Es decir, un individuo cualquiera tiene, por ejemplo, una película sin ningún valor aparente grabada en la segunda mitad de una cinta beta perdida por casa... decide digitalizarla y colgarla en la red; pongamos por caso la película *Road Games* (1981)... un thriller de Richard Franklin con Stacy Keach y Jamie Lee Curtis como protagonistas. Una película absolutamente ajena al mercado nacional y totalmente descatalogada —probablemente para siempre—. Entonces, un mal denominado «pirata» cultural, la *cuelga* en Australia y, de repente, la película queda a disposición de quién la busque en cualquier parte del mundo. Pongamos que en España la descargan 15... 80 individuos. ¿Acaso alguna empresa metería en su catálogo semejante referencia? ¿Se encargará el Ministerio de Cultura de facilitar al ciudadano el acceso a todo lo que está descatalogado en España o en cualquier otra parte? Si lo que prima es la Cultura en sí misma y su difusión, cabría esperar que sí. Nada más lejos de la

realidad. ¿Lo hará una empresa privada?... ¿por qué habría de hacerlo si es evidente que aquello que se pone a disposición está descatalogado por falta de rentabilidad? Si no es rentable, si muy poca gente tiene interés en esa película... ¿por qué habría de comerciar con ella? ¿Condenamos pues al olvido a todo el material pasado-olvidado que la industria decide sacar «del catálogo»?

Pues yo mismo descargué la película *Road Games*, una película que no tiene nada de especial... pero para mi, es un muy potente recuerdo de infancia. Intenté comprarla... absolutamente desaparecida. La habría comprado sin lugar a dudas. Es más, si hoy me encuentro con esta película editada y a la venta, la compraré sin mediar palabra; no dejaría escapar esa oportunidad. Lo mismo hice con *Cherry 2000*, en ese caso sí estaba editada y la compré —de milagro; se reeditó no hace mucho—. *Klute* se reeditó también no hace mucho, pero durante bastante tiempo ha sido imposible encontrarla en dvd... ¡KLUTE... una maldita obra maestra del cine de Alan J. Pakula! Etc. Etc. Etc. El criterio de la industria SIEMPRE será comercial-económico y NUNCA atenderá a otro tipo de consideraciones.

Cada persona tiene sus películas fetiche, y cada cual busca aquello que le interesa. En infinidad de ocasiones, esos «fetiches» son algo obsoleto, fuera de catálogo que, en el mejor de los casos, podrán adquirirse en otros países. A veces ni eso. La labor de recolección, catalogación, de puesta a disposición que se lleva a cabo en la red y por la red —gratis en la mayoría de los casos!— es, cuando menos, una tarea tan sumamente loable y deseable, que nada y nadie podrá ponerle freno. Es la pulsión irrefrenable de los receptores a buscar lo que les llena y transmite. Es algo que, en esencia, es Cultura en sí mismo. Los ciudadanos del mundo, independientemente de nuestra procedencia, estamos poniendo a disposición de los demás en la red nuestro conocimiento y nuestro baúl de fetiches... algunos recientes... la mayoría, totalmente descatalogados.

Una vez más, el Ministerio de Cultura erra el paso en relación, también, al Cine. No se pueden obtener buenos resultados en los cines de España si los receptores tampoco tienen respeto por el cine en sí mismo. Como amante del cine que soy, puedo asegurar que no entraré en una sala de cine mientras se sigan doblando las películas. No hablaré por los demás, este es mi criterio: personal, intransferible e inamovible. Hay ciudades con cines en versión original pero, en general, es una práctica que se ve con más frecuencia en ciudades grandes. En general una película en versión original en España no es rentable. Es comprensible.

Ahora bien, los aficionados al cine no tenemos por qué consumir una película doblada. A mi, personalmente, no me apetece convertir mi casa en un cine particular... —que también—, porque como aficionado, disfruto como un niño pequeño delante de una pantalla enorme de cine. Precisamente por ser alguien aficionado al cine,



no pagaré para ver una película doblada. En este sentido, cuando me interesa una película en castellano, voy sin ningún problema y la disfruto. Cine doblado, jamás. Doblaje en el cine... un tema controvertido en España, sin duda. Una cosa es ser aficionado al cine y otra muy distinta ser aficionado a ver películas. Parece lo mismo, pero no lo es.

En cualquier caso, si se pretende tener un consumo responsable en el cine, no cabe esperar en personas que son aficionadas a ver películas. Los aficionados al cine, pagamos por ello; siempre y cuando el precio sea justo, lógicamente.

Una vez más, al criar cuervos, estos le acaban sacando los ojos a uno.

Está muy bien desear y exigir un consumo responsable de cine... por tanto, lo lógico, habría sido haberlo fomentado en primera instancia. Ha habido tiempo de sobra. Siempre hay tiempo de hecho. Sí es cierto, en cualquier caso, que el cine atraviesa y atravesará malos tiempos tal y como le sucede a la música... no cabría esperar otra cosa. Algún día se tendría que pasar «factura» por los despropósitos cometidos hasta la fecha.

### *Calidad del diferencial E/R*

Siempre habrá un número «x» de emisores y otro número «y» de receptores. La relación entre ambos elementos del proceso artístico no es arbitraria y, desde luego, no se debe obviar —mucho menos las instituciones culturales—. Ya sea en el cine, en la música, en la pintura, en la literatura, los receptores, por regla general, no se convierten en receptores de calidad por arte de magia sin una educación de por medio. Es cierto que hay personas con ciertas querencias naturales que, sorprendentemente, son capaces de cultivarse de manera casi intuitiva, pero esa no tiene por qué ser una regla general. Cuando del proceso artístico se da el paso al comercio artístico, no se debe descuidar bajo ningún concepto la calidad de los elementos del proceso.

Este argumento no pretende sostener aquello de «mejor gustar a pocos y buenos que a muchos y malos», cosa que sucede con frecuencia; no se trata de transformar a todo el mundo en «emisores de culto»: grupo de culto, cantante de culto, cineasta de culto, poeta de culto... Esos casos se producen de manera espontánea muy de cuando en cuando y no necesitarán de ayuda externa para que así sea; casos excepcionales siempre los habrá. Pero el resto de emisores/receptores no tienen por qué ser excepcionales, ni mucho menos. Son, y punto. El paso del proceso artístico al comercio es el que se ha descuidado... no todo tiene por qué ser excepcional, pero tampoco hay por qué abandonar todo lo que no lo sea; en ese sentido la industria marca los parámetros por regla general: qué vende y qué no vende, qué gusta y qué no gusta. La industria tiene un objetivo como ya hemos dicho muy concreto y, por lo tanto, todo estará condicionado por ello. Pero como también ha quedado claro

en relación al cine, hay gente para todo, tanto emisores como receptores... centrarse exclusivamente en lo que la industria designa es peligroso. Tanto, que ahora vivimos parte de las consecuencias del uso de ese sistema obsoleto.

Por tanto, la calidad del diferencial E/R debe moverse en unos parámetros de respeto básicamente. A nadie tiene por qué gustar todo lo que se haga en términos culturales, pero tampoco hay por qué no respetarlo. El capital privado atenderá a lo que más le interese y «apostará» en ese caballo. Pero, por otro lado, las instituciones culturales tienen la responsabilidad de salvaguardar la sostenibilidad de expresiones que surgen de manera natural entre nosotros y que, por cualquier motivo, no despiertan el interés de la industria. ¡Ojo! Las instituciones tampoco deben «mantener» a una serie de individuos que «digan» que hacen algo cultural. Los proyectos culturales deben defenderse por sí mismos, independientemente de sus autores. Las instituciones deben salvaguardar aquello que sí despierta interés en la población pero no a la industria —por no ser rentable—, por ejemplo. Ahí está el servicio de carácter social. Se trata de salvaguardar la sostenibilidad de algo —si ese algo se justifica en sí mismo— y no de mantenerlo porque sí. Y no puede ser de otra manera ya que, en caso contrario, acabarían pagando justos por pecadores... no serviría de nada.

### *ENTONCES...*

- 1.- En general, nada se hace por los autores; todo lo que las estructuras hacen actualmente es por y para la industria. El objetivo es salvaguardar la industria cultural. Una industria metastásica que se fagocita a sí misma por el comportamiento adoptado hasta la fecha. Mientras siga vigente habrá problemas en todos sus tramos: producción, composición-creación, interpretación, difusión, distribución... etc.
- 2.- Hasta que no se purgue esa misma industria que lastra la actividad cultural, no resolveremos el problema. Muchas personas irán al paro por la caída de esta industria, pero debemos procurar por todos los medios que esa situación sea temporal. No se trata de «derrocar» una industria por que sí; se trata de corregir lo que se ha hecho mal... esta es una oportunidad excelente. De hecho, la industria es necesaria.
- 3.- La industria es necesaria... pero una industria sostenible y responsable. La industria en vigor sencillamente no es viable. Una industria sostenible y responsable no puede ni debe descuidar en ningún caso el factor *calidad del diferencial E/R* ya explicado anteriormente. Es un parámetro que afecta muy directamente a la sostenibilidad del comercio cultural. La situación actual es fruto de un abandono total de ese factor en concreto.
- 4.- No cabe esperar movimiento y avance de personas acomodadas en una situación concreta. El cambio se producirá paulatinamente aunque no cabe esperar ver resultado alguno hasta que no se haya extendido un consumo responsable de todo lo cultural —

educación—. Es algo que no se enseña en las escuelas —ni siquiera en las de música—... se presupone automáticamente que los receptores consumirán material cultural de manera responsable, cuando ni siquiera se les educó para ello.

5.- El consumo cultural durante los últimos años ha sido bulímico. Genera muchos beneficios a la industria, pero también fomenta que ésta se fagocite a sí misma y acabe teniendo problemas como los que tiene ahora mismo.

6.- No cabe pedir responsabilidad desde las instituciones en el consumo cultural cuando las propias instituciones no han fomentado el consumo responsable —una vez más educación—. El argumento: «compre usted esto a tal artista y así respetará su trabajo» es válido, pero cabe matizar lo siguiente: actualmente, el trabajo de un artista DEBE venderse por sí mismo; la propia producción-interpretación de un artista debe conseguir despertar el interés en el receptor de tal forma, que este decida de motu proprio pagar por ello. El argumento de pagar ha estado bien mientras duró pero, es una de las concesiones que los emisores no podremos evitar hacer. Por más que queramos, no seremos capaces de contravenir la inercia de Internet y sus usos. O nos adaptamos o morimos. Esta adaptación forzosa nos obligará a no descuidar la calidad de los trabajos producidos-realizados-interpretados ya que deberán despertar interés por sí mismos, independientemente «del envoltorio».

7.- Cabe la posibilidad de que Internet acabe democratizando el acceso a la cultura y su consumo. Será de interés para todos nosotros permitir que eso suceda y fomentar esa democratización.

8.- También cabe la posibilidad de que la inercia que lleva la industria cultural gane la batalla ya que cuentan con el beneplácito de las estructuras políticas y por tanto, del brazo legislador. Cuentan con capital —en ocasiones dinero de los propios impuestos en forma de subvenciones; no deja de ser paradójico—.

9.- Con todo, la industria podrá ganar más batallas pero no la guerra, dado que su propia fuerza es lo que la destruye. Al tratarse de una industria no sostenible, cuanto más crezca más se destruirá. O cambia y se adapta o cada vez irá a peor. Cuanto más fuerte sea, más cierta será su disfuncionalidad y, por extensión, su eventual final. Es exactamente lo que le sucede en la actualidad.

10.- Especular en el terreno de la producción cultural tiene a priori sus beneficios económicos —como toda especulación— pero acaba resultando muy poco ventajoso para la Cultura en sí misma. Con el tiempo, ni siquiera acaba siendo ventajoso económicamente —una vez más, como en toda especulación—. *Pan para hoy, hambre para mañana.*

11.- La Red viene para quedarse: ¡y que así sea por los siglos de los siglos!

12.- El cambio o la adaptación a nuevos modelos será lento, pero inexorable por necesidad. En los anteriores cambios del formato de distribución musical: vinilo-casete-CD-digital(mp3)-etc... siempre salió ganando la industria y perdiendo el autor. Con cada paso e incremento la industria fue comprobando cómo sus ingresos aumentaban ya que se reducían los costes de fabricación. Nada de ese incremento se ha visto reflejado en una mejoría para los autores. Tanto es así, que el lucro por la venta de un archivo mp3 hoy en día

es óptimo ya que, salvando los costes de producción, no tiene costes de fabricación. La industria siempre gana, los autores siempre pierden —salvo muy, muy pocos que no deben ni pueden servir de ejemplo para la inmensa mayoría restante—.

13.- Por regla general la industria se opondrá a facilitar una copia gratuita de su producción —lógico—. Pero tampoco podrá evitar que esta circule por la Red... ya no. Deberá centrarse pues en la calidad de lo producido; forjarse una clientela fiel y responsable será crucial para la industria —ejemplo del que se habló anteriormente en relación a Paco de Lucía—.

14.- No se trata de señalar y acabar con algún determinado tipo de producción artística —buena o mala—. Allá cada cual y sus gustos... ¡faltaría más! Se trata de salvaguardar la diversidad cultural y no permitir —desde las instituciones— el abuso por parte de la industria desequilibrando artificialmente la balanza hacia sus propios intereses. Las instituciones deben proteger cierto grado de diversidad y calidad cultural por encima de todo interés económico. Con el tiempo, ese comportamiento puede demostrar ser beneficioso, tanto en lo cultural como en lo económico.

15.- Sin educación jamás se podrá mejorar.

16.- La industria, jamás deberá asumir el rol «educador» en el proceso-comercio artístico. Es un error gravísimo —véase el ejemplo POT—. Un arma de doble filo. Nunca pierde la industria, siempre pierde el ciudadano: tanto emisor como receptor. Y conviene no olvidar que receptores... somos todos.

17.- Las sociedades de gestión de derechos deben adaptarse. El uso de licencias Creative Commons y CopyLeft debe ser implementado en la gestión de los derechos. Las sociedades de gestión no deben dar la espalda a estos nuevos formatos de licencias que permiten a cada autor tener más «voz» sobre su propia obra. Negarse a implementar estas licencias y gestionar derechos de esta forma es un error. Un error que responde a la intención clara e inequívoca de no modificar el sistema implementado en la actualidad con el fin de seguir lucrándose en base a un funcionamiento perverso y torticero diseñado ya en los propios estatutos de algunas sociedades de gestión.

18.- Los autores —los no consolidados en concreto— NO cobramos lo que nos corresponde. Luego algo falla —ya seamos socios o no de una sociedad de gestión—. No por ser socio de una sociedad de gestión o por no ser un autor consolidado, se es menos autor. Parece que es necesario recordarlo. No se trata de cobrar por cobrar. Se trata de cobrar sencilla y llanamente *lo que corresponda*. Ni más ni menos.

19.- Actualmente no se considera la autoría como un trabajo; a veces sí se hace cuando el autor es un autor consolidado o visible. En ocasiones ni eso. Y esto sucede porque en el fondo no se respeta la creación —más por desconocimiento que por otra cosa—. La palabra «autor» es usada para justificar algún que otro abuso y eso tiene sus consecuencias.

20.- Una creación puede generar un movimiento económico potente, a parte del estrictamente artístico.



De no ser así, no habría una industria forjada en este campo. Quién no encuentre respetable el factor puramente artístico, al menos que lo respete desde la perspectiva económica. Todo material puede, potencialmente, ser susceptible de generar beneficio económico; evidentemente unas cosas más que otras. Aunque no por ello se deba perder el respeto.

21.- Si las instituciones estuviesen verdaderamente preocupadas por la creación y la cultura, se encargarían de solucionar:

- a. El abuso por parte de la industria
- b. La indefensión de los autores
- c. La mala praxis de las sociedades de gestión
- d. La precaria situación laboral de todo lo concerniente a la cultura. En términos laborales es un auténtico despropósito. Hay determinados sectores muy beneficiados por las instituciones y la industria —una minoría muy privilegiada, en ocasiones incluso subvencionada— y lo demás —la inmensa mayoría restante— padece un auténtico despropósito.

22.- Cerrar páginas web sin necesidad de mediación de un juez no es solamente un abuso, es que además no será solución para absolutamente nada. Se buscarán infinidad de alternativas —habrá que recordar que la red funciona en tiempo real... una ley puede tardar años en ser eficaz... una aplicación informática horas—.

23.- Centrarse en las páginas web es hacerle el juego a la industria. Es escurrir el bulto. Es no reconocer que la cultura en España, por mucho que se diga, en el fondo está bastante abandonada a su suerte —la suerte del mercado... claro—.

24.- Las instituciones han confundido su rol debido, probablemente, a que las personas que ocupan los cargos en según qué instituciones son personas con intereses creados en la propia industria. Craso error.

25.- Disfrutemos con respeto de la Cultura: es nuestra y de nadie más.

**Conclusión:** en España, con más frecuencia de la deseada, se ha hecho mierda sistemáticamente en lo relacionado con la cultura y su comercio. Nadie llama a las cosas por su nombre: mierda, mierda y mierda. Ahora toca tirar de la cadena y limpiar el váter.