

## 30.000 milions a 33 r.p.m.

Segons totes les previsions, aquest any els Països Catalans consumiran productes discogràfics (discos, cassettes i compact disc) per un valor en pessetes superior als 28.000 milions.

La rebaixa dels aranzels, la proliferació i el desenvolupament de la ràdio i la TV privades, el control de la pirateria i l'aparició del nou format digital de reproducció *compact disc*, contribuiran a assolir aquest rècord absolut.

Fenòmens de venda com el de l'elapè *Descanso dominical* del grup Mecano, amb més d'1 milió de còpies, o l'incre-

ment del consum de la mal anomenada música clàssica fins a assolir quotes del 15% del total del mercat, donen fe del bon moment d'una indústria —la musical— que esdevé primer vehicle transmissor de cultura de masses, molt per sobre de qualsevol altre.

El 80% d'aquests 28.000 milions (60.000 a tot l'estat), anirà a parar a les butxaques de les 5 multinacionals: WEA

amb capital americà, CBS propietat de Sony, i Ariola, Emi i Polygram, les tres sota el control de capital europeu. El 20% restant anirà repartit per les moltes i diverses companyies anomenades independents i que cada vegada ho són menys.

Amb l'entrada en vigor de l'acta europea, l'1 de gener de l'any 1993, la indústria discogràfica es veu obligada, per



Ana Torroja, vocalista de Mecano.



Dalt, Marina Rossell. Baix, Duncan Dhu.

força, a consolidar d'ara i fins aleshores un producte propi, que li permeti continuar generant beneficis en la mateixa proporció que ara, tenint en compte que, aleshores, perdrà competitivitat amb la total desaparició dels aranzels que graven la importació. D'altra banda i com a peix que es mossega la cua, aquest producte estatal haurà de ser d'una qualitat i disposar d'una promoció més que suficients per a poder penetrar i competir en igualtat de condicions en un mercat —l'europeu— que l'any 1989 se situava per primera vegada davant del nord-americà. En aquest sentit, ja se n'han fet intents en els darrers mesos: l'edició d'un disc de Mecano a Itàlia, l'actuació de diversos grups en països comunitaris i fins i tot als Estats Units, cas de Mecano i Duncan Dhu, accions que ara per ara no ofereixen massa perspectives de continuïtat.

Malgrat l'optimisme entorn del ressorgiment del *pop* espanyol, propugnat i defensat per alguns sectors de la crítica i dels mitjans de comunicació, oficialistes i defensors de l'integrisme cultural espanyol, la veritat és que els grups estatals competitiu i amb projecció poden ser comptats amb els dits d'una mà.

#### ¿DE QUÈ VA EL 90?

L'any 1989, a l'estat espanyol es van vendre 54 milions de discos, cassettes i compactes; el doble que els venuts durant l'any 1984. És a dir, la indústria discogràfica ha sortit de la crisi en què es





Dalt, Spandau Ballet. Baix, Michael Bolton.

trobava des de l'inici de la dècada.

Amb la marxa actual del mercat, és fàcil preveure que enguany s'assoleixin els 60 milions. Els Països Catalans absorbirem més del 50% d'aquest total.

Molts factors incideixen en aquest increment; el bon moment econòmic n'és el principal. No obstant això, cal recalcar-ne altres que faciliten la penetració i captació dels productes. La difusió àudio-visual de la música és l'element indispensable per al coneixement i promoció d'aquesta, i aquí també la indústria està de bon any. La proliferació dels canals de televisió autonòmics i privats i l'adjudicació de noves llicències de FM, completen el marc idoni per a aquest increment. Fins i tot la premsa escrita especialitzada es veu darrerament reforçada amb l'arribada de capçaleres líders a Europa.

El 70% del volum de vendes l'encapçalen les produccions del Regne Unit i la resta, el producte americà i d'altres, entre els quals hi ha els cantants en castellà.

Quant a tendències, la indústria es recicla hàbilment i periòdicament, revifant tendències i estils d'altres dècades degudament tractats que tornen a llançar-se al mercat. Així s'estableix un moviment perpetu amb unes baixes cotes de creativitat però altíssimes quant a la rendibilitat.

Amb el perill que comporta la generalització podem afirmar que s'allunya l'epidèmia de l'*Acid House*, com sempre amb retard en comparació a la resta de

mercats europeus, absorbit i digerit amb altres productes en benefici de les remiscències del *Soul* i en general el retorn de les veus càlides i negres de vegades amb cares blanques: Lisa Stanfield, Sinead O'Connor o Michael Bolton com a mostres.

Wet Wet Wet, Spandau Ballet, Yes, Marillion i Carmel, entre altres, i com a més destacats, han iniciat a Barcelona i València una temporada de concerts que preveu la importació de productes de la categoria de Phil Collins, Madonna o els Rolling Stones i que confirmen una vegada més que els monstres de la música dels 70 continuen sent comestibles i digeribles per les noves generacions. Avui la indústria fonamenta la seva rendibilitat majoritàriament amb productes de ràpid consum i de minsa qualitat, això revalua els músics de sempre, bons instrumentistes, capaços d'oferir en directe un bon espectacle, encara que en disc no acabin de funcionar del tot o gens.

Grups com Rebeldes, La Guardia, El Último de la Fila o Gabinete Caligari, tots ells amb nou disc al mercat, s'emportaran la quota de mercat reservada a les gires de grups espanyols a les nostres ciutats i que a hores d'ara estan pràcticament tancades.

#### PAISATGE DESPRÉS DE LA BATALLA

Posteriorment a l'esclat del conflicte de l'Acic (Associació de Cantants i Intèrprets professionals en llengua Cata-





**Rolling Stones, Sinead O'Connor i Albert Pla.**

lana) amb la Generalitat de Catalunya que va culminar amb l'establiment d'uns compromisos de difusió a través de les emissores de ràdio i televisió de La Corporació, la situació actual de la indústria musical catalana troba la seva millor definició en els continguts pretensiosament escatològics de les cançons d'Albert Pla. Cel i infern, comèdia i tragèdia, violació i castració. Que Albert Pla sigui el cantautor català que més discos ha venut (10.000 còpies aproximadament), després de J.M. Serrat (al voltant de 50.000), durant l'any 1989, demostra la cruesa del panorama.

Albert Pla és a la cançó, i que ningú s'escandalitze, el que les sectes satàniques són al cristianisme.

L'any 1989 es van publicar aproximadament 130 títols en català, incloent-hi

intèrprets clàssics i cobles i el total de les vendes no assoleix ni l'1 per cent del total espanyol.

El camí cap a la normalització és difícil; fem algunes constatacions que poden contribuir a centrar el problema: massa companyies petites de caire artesanal que sobreviuen amb productes que no depassen sovint els 1.000 exemplars de venda, totes juntes podrien constituir un parell d'empreses mitjanes. Continuen, doncs, sense resoldre's aspectes com la comercialitat del producte enfront de la necessitat de fornir l'obra d'un fort contingut cultural; els cantats diuen massa coses, massa transcendents. Perquè un disc pugui penetrar en els circuits comercials de ràdio i televisió, ens agradi o no, ha de complir un seguit de requisits; no és un tòpic malintencionat

afirmar que la radiació de música cantada en català va en detriment de les audiències dels mitjans àudio-visual tant públics com privats, i això és una realitat fàcilment constatable. La diferència entre Lisa Stanfield i Marina Rossell, d'entrada, està no sols en l'idioma, sinó en el seu productor musical. Si cal, importem-los, però necessitem productors que sàpiguen projectar el producte. Canta el que vulguis, però que sigui atractiu i, per tant, comercial. Cantar en català no ha de significar una excepció a les regles del mercat.

La difusió massiva comporta uns compromisos formals.

Si més no, ho tornarem a repetir: la producció musical catalana no arriba ni a l'1 per cent del total espanyol.

*Miquel Miralles*