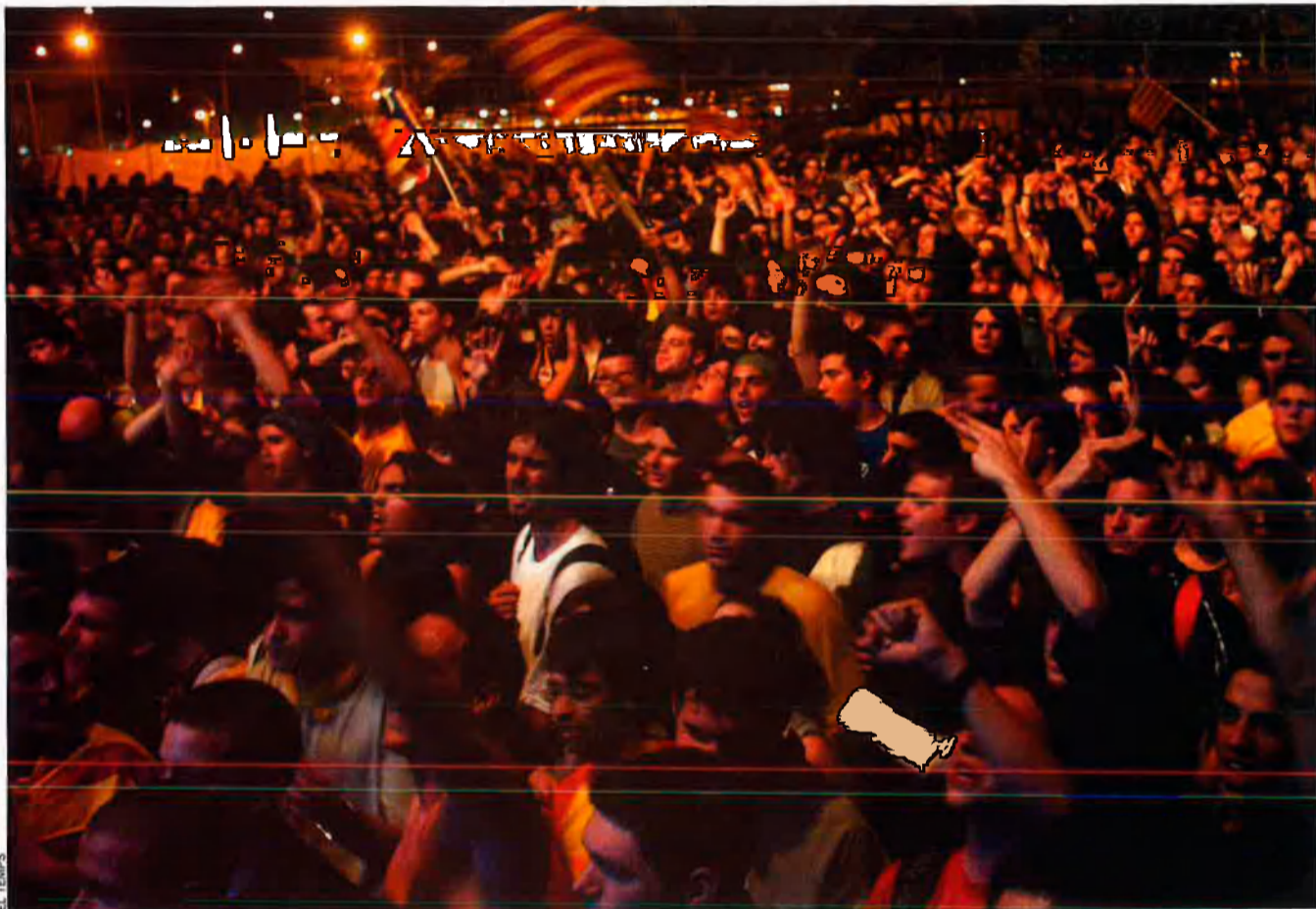




La indústria discogràfica cerca nous camins per sortir de la crisi



EL TEMPS
El nombre de concerts i festivals de música en català no para de créixer.

La indústria discogràfica catalana no aconsegueix sortir de la crisi econòmica en què està immersa des de fa anys. Ningú no posa en dubte que és la irrupció de les noves tecnologies el que està fent trontollar el sector, una tecnologia que alhora està transformant la relació dels músics amb qui té ganes d'escoltar-los. I és que si bé és cert que cada any el nombre de CD venuts és menor, també ho és que gràcies a la circulació –tant legal com il·legal– de la música per la xarxa d'Internet els artistes poden fer arribar les seves propostes a racons fins fa poc temps insospitats. Diverses veus dins del sector apunten que una de les sortides de la crisi es troba, precisament, en aquestes noves tecnologies.

El mercat discogràfic català factura cada vegada menys, per culpa, en part, d'Internet. Però la xarxa és també una eina de promoció útil i el nombre de concerts i el públic que hi assisteix continua creixent. A més, fa deu anys s'editaven 103 discos l'any; ara surten al mercat 435 CD.

Balanç negatiu. Les dades corroboren, un any més, que la indústria discogràfica dels Països Catalans encara no ha sortit de la tendència de pèrdues en la qual està atrapada des de fa temps. *L'Anuari 2006 de la Música i l'Espectacle als Països Catalans*, editat pel

Grup Enderrock, mostra que, si el mercat discogràfic català facturava 92 milions d'euros el 2003, l'any 2004 en va facturar només 82 i el passat 2005 va caure fins a 73. És a dir, que la pèrdua anual és de més d'un 11%. De la davallada, en són les responsables princi-

pals la pirateria i les descàrregues il·legals a través d'Internet, tot i que les operacions policials han reduït força la venda als carrers; per contra, qui sembla imparabile és la xarxa: l'SGAE calcula en 330 milions les descàrregues de música il·legals a l'estat l'any passat.

Aquesta tendència de davallada dels ingressos no és només catalana, lògicament, sinó que la indústria discogràfica global també pateix la mateixa situació. Tot i això, en el darrer any el mercat estatal espanyol ha començat a donar mostres de recuperació, ja que ha aconseguit aturar el fort descens en les vendes: el 2005 la facturació només ha estat un 5,66% inferior respecte al 2004 (a diferència de l'esmentat 11% dels Països Catalans). Com s'ho ha fet? En bona mesura, recorrent a les noves tecnologies, ja que una bona part dels ingressos els ha obtingut de les descàrregues de música a través de la telefonia mòbil.

A més de constatar el difícil moment que viu la indústria musical catalana, aquestes xifres també mostren que Catalunya perd posicions respecte al mercat estatal. Aquesta situació, de fet, també la trobem en altres àmbits musicals: si fa tres anys hi havia tretze artistes dels Països Catalans entre els 50 discos més venuts a l'estat, al 2005 només en trobem dos (Estopa i Chenoa). I com és massa habitual, ni un en català.

Dins d'aquest repàs del sector, encara cal aportar una altra dada que justifica prou la preocupació dels segells discogràfics, sobretot els que editen en llengua catalana: només tres discos en català han aconseguit superar les 15.000 còpies venudes. Són el CD+DVD d'Obrint Pas, el que han fet conjuntament Feliu Ventura i Lluís Llach, i el del grup de les noies de Macedònia. L'any anterior n'hi va haver vuit que van superar la xifra de 15.000 exemplars, tres dels quals en van vendre més de 30.000 (Els Pets, Lax'n'Busto i Roser).

Interès per la música. Però el sector també té una altra cara, que explica que els festivals de música pop-rock i els circuits musicals estan més plens que mai, que les descàrregues de música a través d'Internet augmenten sense parar o que el nombre de discos editats en català ha augmentat progressivament en els deu últims anys (de

Debat sobre la gestió dels drets

Una de les principals fonts d'ingressos del sector de la música la genera la gestió dels drets d'autor. Les noves tecnologies, però, també han sacsejat el sistema clàssic de llicències perquè cada cop hi ha més artistes que decideixen penjar la seva música a la xarxa i animen a qui ho vulgui a descarregar-se-la gratuïtament. Als Països Catalans hi ha grups com Dijous Paella que han editat el seu CD en el format clàssic i es pot trobar a les botigues de discos, però alhora han col·locat totes les seves cançons a Internet amb accés lliure.

Les llicències Creative Commons són les que permeten als músics d'escollir la forma d'accés i distribució a cada una de les seves cançons. Les va crear el 2001 el catedràtic de Dret dels Estats Units Lawrence Lessig amb l'objectiu de protegir la propietat intel·lectual i, alhora, permetre la còpia lliure de les cançons. I sembla que han trobat bona sintonia arreu del món. Al nostre país, qui s'ocupa de recaptar els diners que generen els drets d'autor clàssics és l'SGAE. Tot i que els ingressos d'aquesta entitat no han parat de créixer, aquesta societat està alerta davant dels canvis perquè és conscient que cada cop més autors opten –i sobretot optaran– per formes més diverses de relacionar-se amb qui vol escoltar la seva música, per la qual cosa es planteja d'oferir la possibilitat d'escollir noves llicències als seus associats.

La irrupció dels Creative Commons ha obert un debat dins del sector sobre la protecció dels drets dels autors i sobre la llibertat de difusió de la música. En aquest sentit, Joan Fradera, president del Consell Català de la Música, subratlla que “la nova era digital, a part de les possibilitats creadores, ens ofereix també noves possibilitats de difusió pels mateixos creadors i una transformació en el model que ha estat funcionant fins ara. No és nou. Ens toca afrontar-ho. És un debat obligat on han de participar tots els col·lectius implicats. Hem de poder promoure el progrés de la ciència i de les arts assegurant els drets de tots”. El debat és obert, i sobretot les noves possibilitats de relació entre artistes i amants de la música.

103 discos al 1996 s'ha passat a 435 l'any passat).

Aquestes dades positives apunten cap als camins que s'estan proposant perquè el sector discogràfic encarrili el futur amb garanties: noves tecnologies i música en directe. És a dir, que els segells han començat a diversificar l'activitat, sobretot en el camp del management i de la venda a través d'Internet.

Es en aquest sentit que Joan-Carles Doval, president de la discogràfica Picap, considera que “el futur passa precisament per les noves tecnologies i pel canvi cultural que han provocat en les noves generacions de consumidors. Però el futur també ha de passar de manera imprescindible pel pagament. És a dir, que podem canviar de suport, o prescindir si volem del suport físic, però la producció musical s'ha de finançar dels consumidors de la mateixa música”.

Salvador Cufí, de Música Global, coincideix que cal continuar valorant el producte: “Hem d'intentar que predo-

mini la qualitat musical, uns dissenys més acurats, donar uns extrems a qui compra discos i fidelitzar-los amb més cançons, vídeos, etc.” A més, aquest segell ha decidit obrir una nova via de treball i des de fa un any ofereix als seus artistes el servei de management, ja que els concerts s'omplen i són una font d'ingressos que no pateix els efectes de la pirateria.

També la discogràfica independent Propaganda pel Fet ha decidit ocupar-se del management dels grups que edita. Precisament, fa pocs mesos aquest segell obria una reflexió al voltant de la situació que viu el sector. Arran del tancament de la discogràfica basca Metak, i després que fa uns anys Tralla Records i Al·leluia Records van tancar la porta, Propaganda pel Fet s'adreçava al públic que segueix els seus artistes: “Es evident que la situació de la indústria discogràfica ha canviat rotundament durant els darrers cinc anys. L'oci s'ha diversificat i la fragmentació del consum comporta una davallada especial



en la compra de música. Cal afegir-hi l'arribada i aplicació de les noves tecnologies al món del consum musical: sí, les còpies dels discos i els programes per compartir MP3." Davant d'aquesta situació, el segell manresà demana responsabilitat: "Recorda que la música no és gratuïta i que sense la tasca i el suport de les plataformes musicals independents i compromeses, serà més difícil l'aparició i la consolidació de propostes musicals que ens posin la pell de gallina."

I entre les propostes per continuar treballant, els professionals del sector també apel·len als mitjans de comunicació, que molts denuncien que paren molt poca atenció a la producció del país, sobretot si és en català, i a les propostes creatives i transformadores. Es per això que Alex Eslava, de DiscMedi, fa la reflexió següent: "La crisi és fruit de la suma d'uns quants factors, entre els quals també s'ha d'incloure la creativitat que, lluny de tenir la receptivitat que li pertocaria cap al que emergeix del substrat cultural, s'acomoda en els grans titulars. Les obres especials, però, sempre acostumen a destacar per si mateixes, la llàstima és que amb tant de núvol no es veuen tots els estels. M'agradaria que des dels mitjans de comunicació es generés més afany per encuriosir, per consolidar referències, per descobrir, per gaudir amb les cançons, perquè així podríem mantenir viva la il·lusió per continuar produint i que això compenés aquest ambient enrarit i de crisi que tant desmotiva."

Sigui quin sigui el camí escollit per cada segell, la creativitat no s'atura i arreu dels Països Catalans noves generacions que canten en català puguen als escenaris amb sons nous, i el públic n'omple els concerts. I és que, com afirmen des de la companyia alternativa Bullanga: "Si l'ús de les penúltimes tecnologies fan reviure el sentiment onanista que tot músic duu imprès de difondre la seva música, a tots els nivells, amb qualitat extrema, a milers de persones i gratuïtament, penseu realment que els músics, tant creadors com intèrprets, es dolen de l'aparició de les noves tecnologies? Siguem honestos, el músic no pateix cap crisi!"

Laia Altarriba



El 'boom' del rock català dels anys noranta va tenir quatre protagonistes i certa homogeneïtat d'estils. Ara predomina la diversitat, s'expandeix la base de la piràmide artística i l'èxit de públic i crítica s'estén a músics de tot l'espai cultural.

L'expansió de l'espai sonor

Fer un dibuix que representi l'estat actual de la música en català és una feina molt més complexa ara que fa quinze anys. El 1991 va marcar un punt d'inflexió i va simbolitzar l'arribada del rock en català com a producte cultural de consum massiu. La posada en escena de tot plegat va tenir lloc la nit del 14 de juny del 1991, amb la celebració, al Palau Sant Jordi, de l'anomenat "concert dels quatre grans": Sopa de Cabra, Sau, Els Pets i Sangtraït. Era el boom de l'anomenat rock català, un moviment que aglutina bandes ben diferents però amb dos punts en comú: el fet d'usar el català com a llengua principal a les seves cançons i un públic alfabetitzat en la llengua pròpia que es volia divertir escoltant la

música en la seva llengua. El quinzè aniversari del concert del Sant Jordi va coincidir amb l'estrena de la pel·lícula *Rock&Cat*, un film mitificador d'aquella època que ens porta noves versions de les cançons de principi dels noranta i alguns temes inèdits.

La sort de la música en català va per barris. No es pot parlar d'una mateixa realitat si ens fixem amb el País Valencià que si parlem de les Illes; si analitzem la Catalunya Nord o la Franja o si estudiem la situació al Principat de Catalunya.

La major part de la música en català prové del Principat, que és a més on hi ha una certa infraestructura industrial: discogràfiques, managers... Malgrat ai-