

“Cal restituir la cadena de valor de la música”



FÈLIX RIERA

Director de l'Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC)

Fèlix Riera va assumir la direcció de l'ICIC el gener de l'any 2011, prenent el relleu d'Antoni Lladó. Riera prové de la direcció editorial del Grup 62. Ha estat conseller del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) i és membre fundador i vocal del Col·legi de l'Audiovisual de Catalunya. A l'entrevista dibuixa les principals línies que marcaran la seva política al capdavant del nou càrrec que ocupa.

Com us plantegeu les polítiques de suport a la música des de l'ICIC?

Des del punt de vista de la cultura en general, i la música no és una excepció, el que hem anat reiterant d'una manera molt sistemàtica és que el que vol fer l'ICIC els propers anys és restituir la cadena de valor de les empreses i les indústries culturals. Per nosaltres aquest és un dels principals objectius, tenint en compte que la cadena de valor no només expressa uns sistemes d'intermediació que van des de l'escola fins al públic, passant per les diferents etapes, sinó que com més sòlida és aquesta cadena més professional esdevé, més eficient és en la generació de valor entre el que es crea i el que arriba al públic, ja que enforteix tots els vincles amb el públic a través dels distribuïdors, exhibidors i sistemes de mediació –que poden ser les noves plataformes com Spotify o altres– i alhora enforteix la part de la producció, de la creació i de la formació. Per tant, per nosaltres és bàsic restituir aquesta cadena de valor, tornar-la a dotar de recursos i d'impuls perquè no hi hagi un desequilibri.

“Hem invertit molts diners en producció i creació, però pocs en distribució i difusió”

Havia perdut equilibri, aquesta cadena?

Ens hem trobat que hem invertit molts diners en la producció i la creació, però n'hem invertit molt pocs en els sistemes de distribució, els sistemes de mediació, exhibició, difusió i promoció. Aquesta ha estat una tasca que en el món de la música històricament han fet les discogràfiques. I tots sabem que les discogràfiques han patit una gran davallada producte de la digitalització, que ha comportat que des del 2001 fins al 2007 aquestes hagin perdut gairebé el 80% del seu valor en el que era el suport tradicional, i la recuperació d'aquests

percentatges en el terreny digital ha estat en el cas espanyol d'un 15% i en el terreny internacional d'un 27%. Això vol dir que aquí s'han perdut moltes capacitats econòmiques, capacitats empresarials, que no s'han sabut traslladar d'un sector a l'altre. Això és una realitat que viu el sector, i el que volem nosaltres és tornar-ho a enfortir.

Com creieu que s'ha d'enfortir la indústria discogràfica catalana?

Avui quan parlem de discogràfiques ho fem d'un concepte lligat al suport físic, però és evident que hi ha companyies que tenen un dibuix molt més complex: tenen Facebook, són a Youtube, impulsen projectes a la xarxa, i també en suport tradicional, i a més s'encarreguen de preparar les gires als seus grups i d'estimular que aquests surtin fora de les nostres fronteres. Per tant, avui una discogràfica té una complexitat molt més gran, i nosaltres volem treballar amb elles per veure com donem valor a aquesta part de la indústria de la música que l'ha anat perdent, cosa que fa que molts músics –no tots, però sí molts– es vegin obligats a saltar directament del seu espai de creació al mercat, sense tenir un sistema de modulació que els porti a assolir un nivell més alt de professionalitat.

En aquest trànsit que viuen les discogràfiques, com hi pot ajudar l'ICIC?

En primer lloc assumint que tenim un conflicte que hem d'analitzar. La majoria de gent, quan li preguntes quin ha estat el factor pel qual el món de la música ha viscut aquesta davallada en la part més discogràfica –no pas en la part creativa, que ha seguit mantenint uns nivells de registre òptims, com indica la situació del pop català–, diu que el pirateig. Però des de l'ICIC pensem que el pirateig no és el problema, sinó el símptoma.

De què és símptoma el fet que a la societat actual hi hagi tant de pirateig?

El pirateig en realitat ens explica una altra cosa: que a aquests senyors no els han donat un producte a un preu que ells estan disposats a pagar, i que tampoc els han donat la facilitat d'accés a aquests continguts. Que les discogràfiques no han estat

àgils a l'hora de fer que en el mateix moment que sortia en format físic, sortís en format digital. Per tant, una part de la gent que pirateja és perquè no ha trobat al mercat unes eines que li resultin agradables, ergonòmiques, per poder-ne gaudir. En el moment en què va aparèixer iTunes, una part molt important de la gent que havia entrat en la cultura del pirateig va trobar un sistema que d'una manera segura, ràpida, amb unes condicions de preu molt bones i amb capacitat de recuperar el patrimoni en cas de perdre l'aparell, li assegurava que allò que havia comprat sempre ho tindria. Des de l'Institut Català de les Indústries Culturals hem d'analitzar bé què està esperant de nosaltres el mercat. I m'agradaria subratllar que el pirateig acaba sent molt car.

Quines dades té per poder afirmar que realment el pirateig és car?

Perquè és més car que anar a l'iTunes o a una altra plataforma i pagar els 0,50 o 0,90 cèntims per una cançó, o els 4,50 o 9 euros que costa un àlbum. I per què? Perquè algú que necessiti piratejar necessita més ample de banda que un que no ho faci, i això és més car. I totes les persones que jo conec que han jugat al pirateig, després han hagut d'arreglar els seus ordinadors perquè han tingut des de virus fins a problemes informàtics, problemes d'incompatibilitats... i això en alguns casos els ha comportat haver de pagar diners per resoldre-ho. I a més, cal comptar el temps que hi has de dedicar perquè la pel·lícula o àlbum baixi correctament, el problema de si està o no en bona qualitat, el temps que necessites per localitzar els arxius... És evident que tot això no es pot comparar amb el fet de tenir-los disponibles. I ara, a més, hi ha una nova legislació i la justícia que opera perquè no pirategis.

Podríem dir que ens trobem en un moment en què s'estan produint canvis en les pautes de consum i que a alguns sectors els costa encara poder-s'hi adaptar?

Sí. En aquest moment el que vol la gent és o bé l'experiència de la música o bé un accés fàcil a aquesta. Si vol l'accés ràpid, espera que sigui dinàmic i engrescador; si vol l'experiència, és capaç de desplaçar-se fins i tot des d'Alemanya per anar al Sònar. Hem d'entendre que aquestes pautes de consum han arribat, que la identitat individual i de projecte col·lectiu des del punt de vista cultural ha canviat, i que en aquest moment hem de fer una reflexió.

I quin paper hi ha de tenir l'ICIC?

D'una banda, crec que des de la Conselleria de Cultura, l'ICIC té eines per afavorir aquesta reflexió, i d'altra banda, el que hem de fer és convidar els sectors a pensar en positiu de quina manera comencen a desplegar la nova lògica que des de ja fa alguns anys s'estén en el sector, i és que les formes de consum han canviat.

Anant a temes concrets, aquest any heu fet públic un suport trianual de 120.000 euros de l'ICIC per al festival Primavera Sound. Això anuncia canvis en la política d'ajuts als festivals que des d'ara considereu estratègics?

Més que anunciar canvis, el que planteja és que des de la Conselleria de Cultura pensem que un actiu empresarial de primer nivell a Catalunya en l'àmbit de la música són els festivals. Si mirem el Primavera Sound, el Sònar, el Festival de Jazz de Barcelona, el Mercat de Música Viva de Vic i la Fira Mediterrània de Manresa, veurem que n'hi ha tres que són de primer nivell internacional, i un d'ells, el Sònar, ja disposa de seus a Tòquio, a Santiago de Compostel·la, i ara estan estudiant el Brasil. Per tant, nosaltres hem d'entendre que els festivals són una empresa de primer nivell, que no estem parlant d'actes efímers o puntuals, que apareixen i desapareixen, sinó d'un element estructural del nostre projecte cultural de país.

“Els festivals són un element estructural del nostre projecte cultural de país”

En quin sentit són un element estructural?

Avui és un luxe per a una ciutat com Barcelona tenir festivals com ara el Primavera Sound, el Sònar o el Festival de Flamenco de Ciutat Vella, per posar uns exemples. Hi ha poques ciutats d'Europa que puguin oferir als que vénen de fora una oferta d'aquesta qualitat. A més, per les condicions d'entorn privilegiades que comporten l'aeroport, una bona xarxa viària i l'horari des que el canviem a la primavera, Catalunya és un referent a tot el continent europeu, i això no ho podem obviar. I la nostra política cultural és entendre la importància que té aquesta cojuntura tant des de la perspectiva local com internacional.

El Primavera Sound no s'ha significat per programar propostes en català o de grups del país. Aquests aspectes fins a quin punt són importants per vosaltres a l'hora de donar suport a un projecte?

Nosaltres en concret hem entrat al Primavera Pro, que és un projecte que tendeix fonamentalment a plantejar un escenari d'aprenentatge i intercanvi d'idees, d'incorporar noves sensibilitats en el discurs del qual parlàvem abans sobre com ha de ser el negoci els propers anys. Per això es diu Primavera Pro, perquè s'adreça als professionals. Per a l'ICIC, en aquest moment tot el que sigui apropar les realitats internacionals cap a la ciutat de Barcelona és fonamental, bàsic. L'acord és per tres anys per tal d'impulsar el projecte, i entenem que després d'aquest període es consolidarà, així que revisarem l'acord per poder donar suport a algun altre projecte.

Però això no ha contestat la pregunta sobre la llengua i els grups del país.

Efectivament, no l'he respost tota... Pensem que el Primavera Sound, poc o molt, progressivament ha anat incorporant al seu projecte músics en català. Però també som de l'opinió que ja tenim plataformes que integren d'una manera molt sòlida aquest valor, com per exemple el MMVV, i el Sònar ho fa amb la música electrònica, i la Fira Mediterrània amb el seu sector. El Primavera Sound, per les seves característiques, és qui menys aporta aquest valor. La forma d'arribar al Primavera Sound ha de ser perquè els seus gestors vegin, com han vist altres, que això del català no és un 'mal negoci', sinó al contrari, ja que s'està demostrant que funciona, i així ho fan palès Manel, Els Amics de les Arts, Mishima, Antònia Font i molts altres. Per tant, això ha de portar a una reflexió que ha de venir dels mateixos gestors. Per les vegades que n'he pogut parlar amb ells, crec que estan absolutament sensibles a integrar aquest tema, però ho han de fer amb el seu esquema i la seva estratègia.

Considera que tots els festivals han de tenir un enclau de tipus professional?

Tots els festivals grans tenen una part professional. Pensem que cal potenciar aquests espais de reflexió, que és on s'han de generar els nous valors d'identificació de cap on va el sector, i és necessari que també hi participin el món radiofònic, les discogràfiques, les sales comercials i de concerts i també l'àmbit dels ajuntaments.