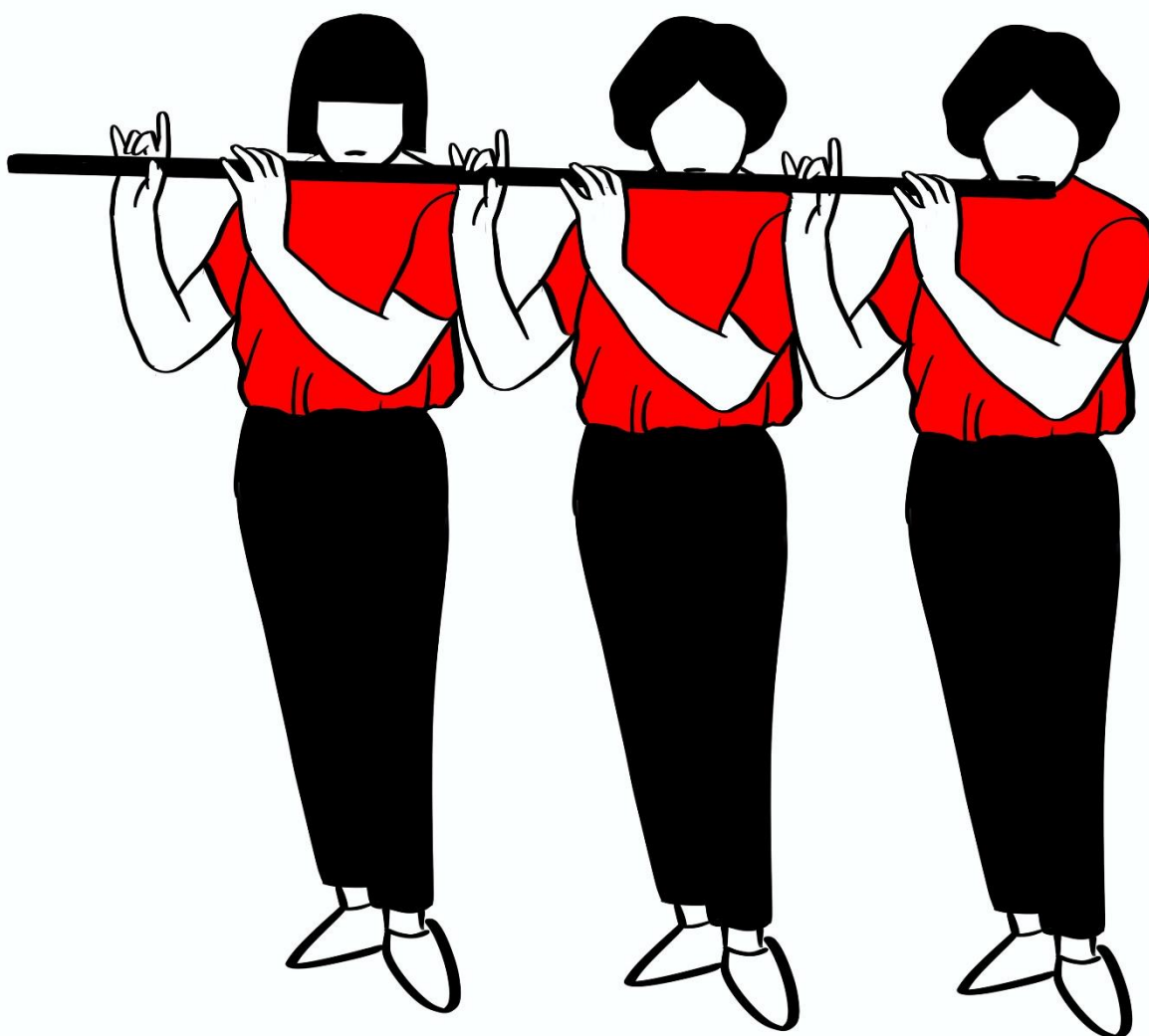


COMUNITZAR LA MÚSICA

Vol.3

~

Espai de reflexió sobre la música i els seus processos.
A la recerca de preguntes encertades, no de respostes correctes.
Pregunta't, pregunta'm, preguntem-nos!



DISSABTE 5 DE NOVEMBRE. DE 10:00 A 18:00H
ATENEU L'HARMONIA. RECINTE FABRA I COATS. ENTRADA LLIURE.



Ajuntament de
Barcelona

**CULTURA
VIVA**



Jornada del BAM Cultura Viva: **Comunitzar la música**

Trobada per compartir formes diverses i
alternatives de fer, escoltar i organitzar
música

Data: dissabte 5 de novembre de 2022

Lloc: Ateneu l'Harmonia de Sant Andreu

Organització: Comissió de Preguntes del Plenari del BAM Cultura Viva

GRUP 1. El Temps

Relatoria: Edi Pou (text) i Tinta Fina (dibuixos)

El temps! El temps! “No puc, que vaig a tope”. “Ja sé que anem totes molt superades, però...” Són frases que sentim en cada trobada. Què ens passa amb el temps, especialment a la gent que treballem en cultura? Què ens roba el temps? És la precarietat, l'individualisme, l'autotreball, l'autoexplotació, l'ambició, el FOMO? Produïm massa? Podem permetre'ns produir menys? Què hem de fer? Frenar? Reorganitzar-nos? Cuidar-nos? Plantar-nos? Potser escoltar-nos ja és un primer pas, i potser aquest és un bon espai per fer-ho.

És difícil parar el temps a no ser que siguis multimilionari, o que et pari de forma dràstica. Diuen per tot arreu que el temps és el petroli contemporani i estem contínuament buscant-lo, pagant-lo, patint-lo i acariciant-lo.

Amb la idea de hackejar les rutines temporals i les línies temporals que ens autoimposem o ens autoimposen, Estel i NyamNyam proposen sortir de la “comfort zone”, baixar les escales i anar al carrer, moure's i buscar el sol i l'ombra. Proposen jugar al joc de cartes que han creat per parlar i experimentar diferents conceptes que giren entorn al temps. L'atzar guia la conversa i l'acció.



S'exposen pensaments durs sobre el temps però també reflexions inspiradores i estimulants, i relaxants. Tinta fina paralitza i emfatitza alguns d'aquests pensaments a través del dibuix.

JOC DE CARTES “EL TEMPS”

Us convidem a retallar les cartes que teniu a continuació i jugar-hi estigueu on estigueu.

Pren-te el teu temps, escull l'espai on vols jugar i barreja les 20 cartes.

Tria una carta a l'atzar i amb el grup interpreteu de manera lliure el que posa per escrit. Aquesta lectura pot causar una conversa, un dibuix, una acció definida o difuminada, un desplaçament...

El joc acaba quan consideris que el teu temps per jugar a cartes s'ha acabat.

Relax	Relax	Relax
Yogi tea	Yogi tea	Yogi tea
Sing a song	"No puc, que vaig a tope"	Coro

AQUÍ VAN LES CARTES

Què ens roba el temps?	En què vols invertir el teu temps?	Tiempo muerto
Poesia: Conill, per què tems el temps? La pineda està tranquil·la i tanmateix nous ensems musell, orella i pupil·la. Escolto la veu dels pins, flairo l'oratge que em fibla i esguardo vers els camins de la ciutat invisible on homes de cor mesell desengreixen el fusell que fa aquell pet tan terrible.	Passa-temps	Desplaçament
Desplaçament	Desplaçament	Perdre el temps

Avui plourà?	Dibuixar el temps	Grup de Whatsapp
--------------	-------------------	------------------

Us volem compartir algunes de les reflexions que van sorgir al voltant de les cartes quan les vam activar a la jornada de 'Comunitzar la música'. D'aquesta manera esperem que serveixi d'inspiració tenint en compte que el joc és lliure i aquesta part és només la relatoria d'una experiència concreta, com la que podeu tenir vosaltres.

Carta del grup de whatsapp:

- En teoria és per feina, o per coordinar-se i sovint es converteix en espai de tuiteros enfadados, es creen altres subgrups de whatsapp per temes.

- Estàs permanentment connectat, i per tant estàs permanentment treballant.

- Com l'acceleració del temps que vivim, que ens fa escoltar àudios de whatsapp accelerats, fins i tot escoltem la música accelerada! O les sèries de Netflix, que alguns miren a velocitat 1,5 per no perdre temps. És una eina d'experimentació? Més aviat sembla un model de consum de producte cultural estil fast food.

- Quant dura un concert? Quant dura una obra de teatre? Per què sempre duren el mateix? O això està canviant?

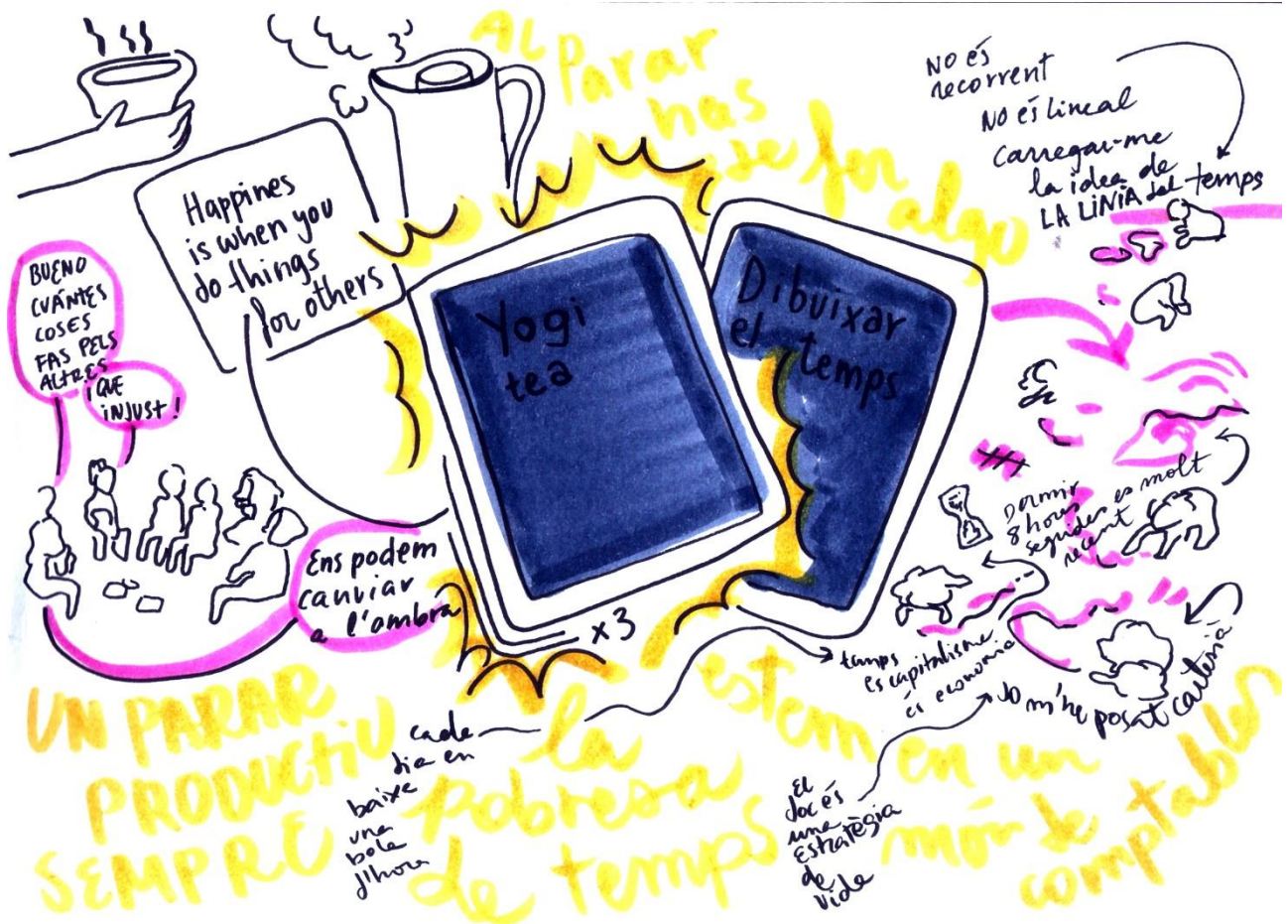
- Cançons cada cop més curtes per aconseguir més plays.

Carta Yogi Tea:

- L'oracle del te ens diu: Happiness is when you do things for others.

- La carta ha sortit tres cops seguits: volíem anar canviant de cartes, però elles ens han obligat a parar.

- No parem mai realment: quan parem fem alguna cosa, ni que sigui per fer la story per ensenyar que estàs descansant.



Carta dibuixar el temps:

Dibuixem al terra representacions del temps:

- Un present difós, un passat com a embut que va desapareixent i un futur en forma d'ones molt present al present, perquè sovint ens passem el present anticipant, pensant o patint pel futur.
- Relotge de sorra, amb caques en lloc de la sorra.
- Temps no recurrent, no lineal. Desafiar la línia del temps. Carregar-se la línia. Dicotomia entre línia i cercle.
- Dificultat en trencar la productivitat que s'espera de nosaltres: el dormir vuit hores és força recent, pensat per organitzar-nos, disciplinar-nos i ser productius.
- Temps com a número, com a quantitat: comptar quant temps tenim, ens falta, ens sobra, convertir-lo en diners o en recursos.
- Temps que arriba com una bola diària (pot ser un regal o una càrrega). Com la desfaig i com la reparteixo? En temps, en oci, en amistat?
- Sentir-se malament quan estàs ocios.

Carta coral:

- Hem cantat una cançó molt lenta, per provar què passava.

Carta poesia:

- L'hem recitada

Carta Desplaçament:

- Ens hem desplaçat d'un lloc a l'altre de l'espai públic

Carta Temps Mort:

- Sense organització, han sortit converses interessants i connexions entre nosaltres sobre el que fem, el que ens interessa, i com podem col·laborar, uns dels principals objectius d'aquesta trobada.

Carta en què vols invertir el teu temps?:

- El nostre temps no és nostre: quina part del temps estem obligats a invertir-lo en sobreviure?
- Renda bàsica universal: què faries si tinguessis tot el temps per a tu?
- Com es complica quan el que vols fer, el que més t'agrada fer, és la feina: una cosa que en teoria havia de ser alliberadora, pot acabar sent angoixant?
- Aconseguir també aprendre i gaudir de tot el temps en el que estàs obligat a sobreviure. Ser

conscient dels perills que comporta ajuntar una cosa i l'altra.

- En definitiva, el difícilíssim 'encaje de bolillos' entre la pobresa econòmica i la pobresa de temps.

Carta Relax:

- Hem treballat en duets i hem treballat amb els nostres cossos, convertint-los en fang, amb una dinàmica que ha fet l'Ari.

- Tot està mercantilitzat i ha d'estar compartimentat, també el temps d'oci, etiquetat, en format de producte: fer ioga, fer face ioga, fer mindfulness, fer batch cooking. Ens fa sentir més tranquils perquè estem invertint el temps d'una forma productiva, en un producte.

- La importància de la trobada en el menjar: mantenir el menjar junts.

- El menjar junts, el reconèixer el propi cos. Són estratègies a buscar per hackejar les rutines, els productes temporals que ens creen i ens creem.

Carta Yogi tea:

- L'oracle del te ens diu, per acabar: knowledge is a revelation of tomorrow within you.

Grup 2. Canals de difusió

Relatoria: Aitana 5 cèntims TV (text) i Contxita Herrero (dibuixos)

En una realitat on el consum d'informació és massiu i descentralitzat, la difusió queda relegada a l'arbitrarietat d'un algoritme. El flyer, el poster al pirulí o l'agenda setmanal en una revista especialitzada han passat a ser un esdeveniment al facebook, un post a instagram o un recordatori al calendari del mòbil. La majoria de nosaltres som usuàries diàries d'aquestes xarxes socials, però paradoxalment tota aquesta informació resta diluïda, dispersa i atzarosa. El capritx de les xarxes porta a destacar aquelles publicacions amb més interacció, mentre que altres amb menys ressò es perden. Aquelles petites manifestacions que abans tenien el seu espai en els canals alternatius, les quals de per se, ja tenen un públic reduït, poden estar-se veient doblement afectades, per una banda, per la manca d'un canal propi de difusió i per l'altra perquè el públic encara podria estar-se reduint més. Davant d'aquesta situació, com es poden adaptar els canals de difusió? Quins models tenim a seguir? Com haurien de ser els canals de difusió específics a les minories? Cal un canal matriu que aglutini els diferents canals de difusió tant oficials com alternatius? Seria incoherent tenint en compte que hi ha manifestacions artístiques que per la naturalesa del seu missatge volen allunyar-se dels canals convencionals?

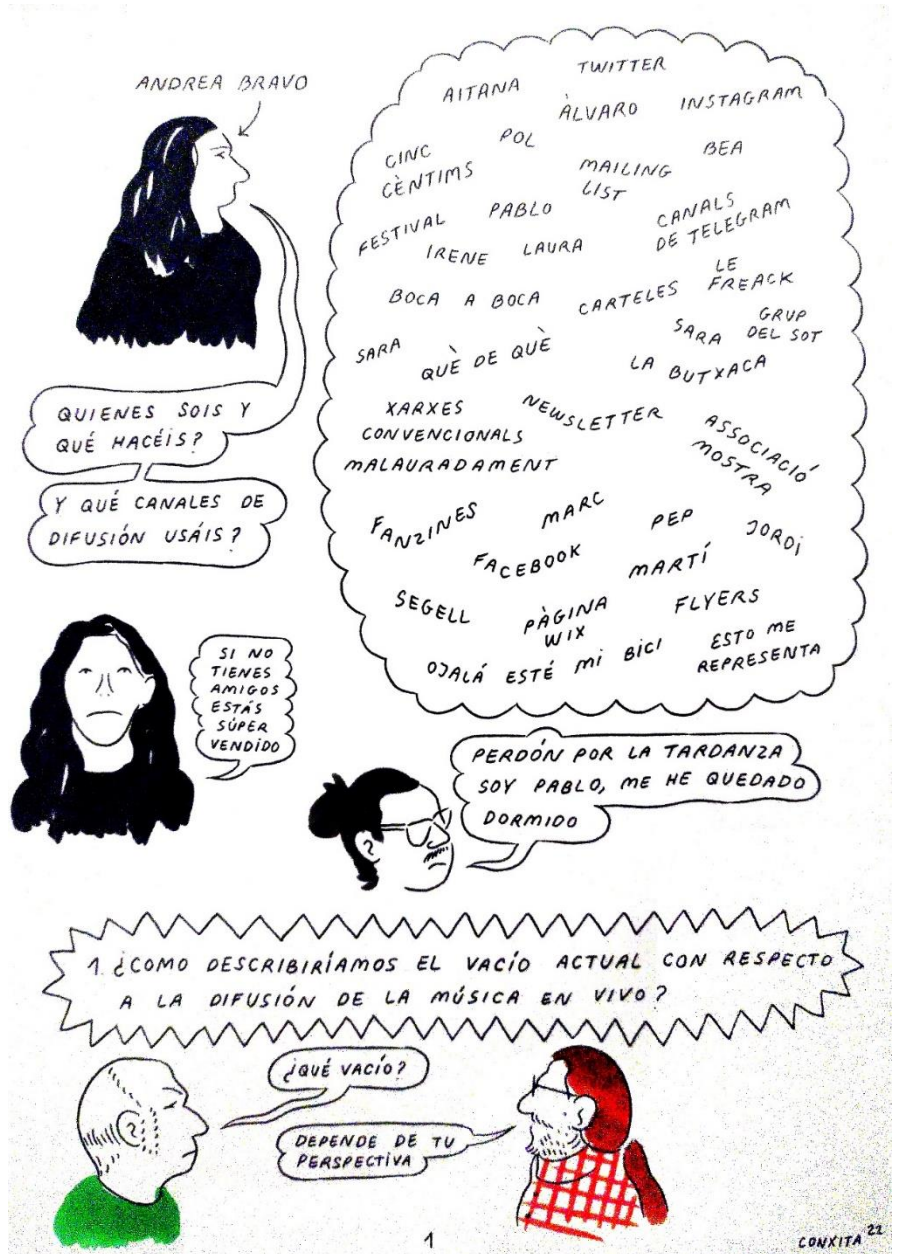
1. Funcions dels canals de difusió: pública, política, econòmica

Un canal per si mateix transcendeix a l'àmbit públic i polític. És important plantejar-nos els límits i la morfologia del canal. S'ha d'especialitzar cada canal, o per el contrari s'ha de centralitzar tot el contingut en un sol? Ha d'estar finançat per fons o subvencions públiques, o de la publicitat creada arran de publicitar sales o espais privats?

La importància d'assumir l'impacte que tenen els canals de difusió cultural cap a les persones que el porten va directament relacionat amb el públic que el consumeix. Al cap i a la fi, els canals de difusió representen un altaveu i un vincle inevitable cap a aquell que et mira i t'escolta. Aquesta mirada externa representa una responsabilitat que s'ha de reflexar al contingut del projecte de difusió amb una cerca constant d'afinitat i filtre amb allò que comuniqués. Generar aliances i teixir vincles entre col·lectius sempre resulta positiu i les xarxes faciliten enormement aquesta tasca. Tenir l'ull posat en aquells projectes semblants al teu és important per establir connexions i eixamplar la base de treball. D'altra banda, cal destacar que aquesta col·lectivitat resulta inevitable en un àmbit cultural que es

regeix per la comunió i l'experiència compartida.

Guiar-se per un codi deontològic que reuneixi un conjunt de valors i normes ajuda a definir el projecte i a prendre un posicionament que resulta imprescindible davant la gran oferta cultural de la nostra ciutat. A l'hora d'establir límits és important fer-se preguntes sobre el model d'oci i cultura que volem consumir, les mancances que hi trobem o el desig perquè aquells espais que freqüentem siguin segurs i acollidors.



2. Tipus de canals de difusió i com reacciona amb l'entorn: digital i físic

Una de les qüestions aquí és veure, si en les xarxes socials hi veiem un aliat o si, per altra banda és necessari tornar a canals que centralitzen el tipus d'informació. Poden els esdeveniments alternatius veure's en perill a causa de la difusió en xarxes socials? O es veuen enfortits? Si pensem en els canals alternatius de difusió, quina seria l'estratègia per a donar-los major visibilitat?

Pel que fa l'ús de materials físics (flyers, posters, llibrets...) és necessària fer la reflexió sobre la importància que té l'espai públic com a canal de difusió. Quina influència té en el teixit cultural on actua la presència de cartells? Malgrat s'ha venut la idea d'internet com a àgora pública, l'espai a la xarxa està esbiaixat en algorismes que actuen com a context de la mateixa forma que ho fa la via pública. Quines eines tenim per democratitzar de manera efectiva la informació?

3. *Quins canals de difusió coneixem? (a ampliar amb el que aportin les participants)*

- **Iniciativa pública:**

Barcelona Cultura:

<https://www.barcelona.cat/barcelonacultura/ca>

Acció Cultura Viva

<https://www.barcelona.cat/culturaviva/ca/projecte/accio-cultura-viva>

Guia Barcelona

<https://guia.barcelona.cat/>

Centres Cívics de Barcelona

<https://ajuntament.barcelona.cat/centrescivics/ca>

- **Prensa:**

Agenda de Barcelona Betevé

<https://beteve.cat/agenda/>

Agenda Diari Ara

<https://www.ara.cat/etiquetes/agenda-cultural/>

Agenda del Periòdic

<https://www.elperiodico.com/es/temas/agenda-actividades-barcelona-15411>

- **Canals privats:**

Time Out

<https://www.timeout.com/barcelona>

Le Cool Barcelona

<https://barcelona.lecool.com/>

Agenda d'Exibart

<https://www.exibart.es/calendario-de-eventos/>

- **Canals alternatius:**

InfoUsurpa

<https://usurpa.squat.net/>

Convoca-la Barcelona

<https://bcn.convoca.la/>

Le freak

https://www.instagram.com/lefreak_bcn/

Cinc Cèntims

<https://www.instagram.com/cincentims/>

4. (Output: reflexions durant la jornada posades en comú)

Reflexió sobre les eines de difusió i quines solucions trobem a les problemàtiques que hem observat

Quins canals de difusió trobem a faltar? Com ens imaginem un canal de difusió ideal? Com podem fer que les activitats alternatives tinguin major difusió? Haurien de ser iniciatives públiques o privades? Quins mecanismes públics poden ajudar a subvencionar projectes de canals de difusió emergents, si existeixen? Quins mecanismes podem utilitzar per a donar major visibilitat a un canal de difusió petit?



Grup 3. Suport Mutu

Relatoria: Anna Cerdà i Johanna Kergroach (text) i Contxita Herrero (dibuixos)



Esta sociedad encamina al individuo y a sus estructuras económicas hacia la propiedad privada, al poseer por hacer, al tener por conseguir. En un exceso de productividad frenética, y de búsqueda de éxito profesional, para culminar en un consumo que esté a la altura del abastecimiento de las mismas empresas. Las consecuencias en la industria musical son comparables a querer hacer comida rápida, se vuelve un fast food de consumo musical donde importa más pagar poco que saber qué consumiremos: ¿quién es el artista?, ¿cuál es su trayectoria?, ¿qué influencias tiene?, ¿qué le ha llevado a estar dónde está?, etc.

Mientras la educación socio-mediática deriva a la impaciencia de lo inmediato y superfluo, la sociedad fortalece su racionalización y acepción^{*1} de nuestra vida social.

Sobra decir que la ejecución de la música en directo, o la grabación de un disco, es la punta del iceberg. Entonces, qué pasa si no tienes algunas de las herramientas necesarias para hacerlo. Y, ¿hace falta que todo el mundo tenga TODAS las herramientas? ¿No podríamos compartir algunas y así demostrar que casi todo se puede lograr con soporte mutuo?

A continuación, veremos qué porcentaje representa la ejecución musical del volumen total de trabajo para que la música pueda ser compartida, ya sea en directo o para la escucha a través de un medio de reproducción:

*1 **acepción de persona(s)**: Preferencia, sin una razón que lo justifique, por una persona o varias entre otras.



* * *
"GRATIS"
* * *
VS * * *
"LIBRE"
* * *

LA ETIMOLOGIA DE LAS PALABRAS ES MUY IMPORTANTE

CHOOSE YOUR FIGHTER

PASOS PARA LOS DIRECTOS DE TU MÚSICA

1. Crea y/o prepara tu música

(Profesión vinculada: Músico)

- Composición, o estudio del repertorio
- Ensayos
- Encuentra un espacio que te permita ensayar con el backline adecuado

2. Crea contenido audiovisual y promocional

- Crea tu diseño gráfico e identidad visual
 - (Profesión vinculada: Diseñador Gráfico)
- Crea vídeos promocionales tanto de directos como de ensayos
 - (Profesión vinculada: Filmmaker / editor)
- Haz fotos de tu proyecto
 - (Profesión vinculada: Fotógrafo)
- Haz un dossier / press kit
 - (Profesión vinculada: Diseñador Gráfico)

3. Crea el rider de tu line up

- Crea tu rider
 - (Profesión vinculada: Técnico de sonido)
- Compra parte del backline que posiblemente muchas salas que te ofrecen tocar, no disponen del material de sonido necesario
 - mesa de mezcla, PA, monitores de retorno, cables, pies de teclado / de micrófono, etc.

4. Consigue Trabajo

- Contacta con salas de conciertos o espacios aptos para música en vivo (bares, restaurantes, hoteles, asociaciones, festivales, etc.)
- Haz social networking con músicos (asiste a jams, comparte contenido con gente del sector y músicos afines a tus estilos, haz vida nocturna para conocer el ambiente donde

potencialmente puedas conseguir contactos, etc)

- (Profesión vinculada: Mánager/booker)

5. Gestión económica

- Cobra los conciertos en "B" generalmente al finalizar el evento. En caso contrario vuelve al lugar del evento otro día pactado con la parte contratante para el cierre de la remuneración
- Haz tus facturas, y lleva tu contabilidad
- En caso de autónomo haz las declaraciones pertinentes
 - (Profesión vinculada: gestoría)



PASOS LANZAMIENTO DE TU MÚSICA

1. Crea tu música

- Composición (Profesión vinculada: Músico)
- Producción (Profesión vinculada: Músico arreglista / Productor)
- Grabación y mezcla (Profesión vinculada: Técnico de sonido / Productor)
- Mastering (Profesión vinculada: Estudio de masterización, Productor)

2. Súbela a las entidades de gestión correspondientes (España)

- SGAE: Entidad de Gestión dedicada a la defensa y gestión colectiva de los derechos de autor.
- AGEDI: Entidad de Gestión de los derechos de Propiedad Intelectual de los productores fonográficos.
- AIE: Entidad de Gestión de los Artistas Intérpretes o Ejecutantes de la música.
 - (Profesión vinculada: Músico)

3. Crea tus archivos visuales

- Portada
 - (Profesión vinculada: Diseñador Gráfico / Ilustrador)
- Videoclips, videos promocionales
 - (Profesión vinculada: Filmmaker / editor)
- Diseño gráfico e identidad visual
 - (Profesión vinculada: Diseñador Gráfico)

4. Prepara tu lanzamiento

- Opción 1: a través de un sello discográfico
- Opción 2: de manera independiente:
- Contacta con una distribuidora online (la cúpula music, distrokid...)
- Sube tus archivos y organiza una fecha de lanzamiento
- Contacta con medios (revistas, radios, periódicos, webs y blogs musicales) para que conozcan tu propuestas y puedan hacerte alguna reseña o lanzamiento exclusivo
 - (Profesión vinculada: Mánager/booker)

5. Promociona tu música

- Prepara una campaña a tu medida
- Generalmente los lanzamientos se organizan con un par de meses de antelación. crea tu propio calendario y trata de llevarlo al día.
 - Promociona en redes sociales mediante fotos, trailers, vídeos
 - No olvides compartir contenido inédito, versiones, live vídeos, tomas falsas
- Cuanto más contenido tengas, más material para difundir tu obra y tener presencia
 - (Profesión vinculada: Mánager/booker)

6. Prepara tu directo y organiza conciertos donde creas que está tu público

(Profesión vinculada: Músico) Y (Profesión vinculada: Mánager/booker)

***** disfruta, y vuelve a empezar! *****

Después del análisis efectuado, podemos constatar que son tantas las tareas que hay que ejecutar para hacer visible y escuchada la música, que podríamos rápidamente concluir: o bien dispones del 100% de tu tiempo, (clase privilegiada) o bien, para llevar a cabo de forma profesional las distintas áreas, vamos a necesitar el apoyo de profesionales, o conocedores de las técnicas de cada sector.

Este mapa ejecutivo nos permite también analizar como músicos, hasta dónde tenemos la capacidad de llegar y a qué nivel en cada área.

Entonces ¿dónde terminan nuestras posibilidades, y donde empieza la mirada a la mutualización?

Cuando nuestro marco económico no nos permite la contratación estándar de profesionales, y nuestra capacidad y nuestros conocimientos llegan a sus límites, la mutualización llama a las puertas de nuestras vidas como forma alternativa de transformación y desarrollo mutuo.

Pero a su vez se abre otro debate muy interesante, que en estas jornadas del 2022 tuvimos la ocasión de analizar.

¿Es importante cuidar la terminología sobre las diferencias entre compartir y hacer gratis?, ¿entre

remunerar y compensar trabajos? O sobre ¿cómo presentar una idea de colaboración?, ¿Cómo gestionar un intercambio de servicios, ¿dónde hay que valorar en qué, y cómo se benefician las partes implicadas?

Hablamos también de cuidar no solo la comunicación interna en su proceso de mutualización, sino también a la hora de exponerse al mundo y en la parte de promoción, comunicación y marketing de los eventos y conciertos. Ya que existe una educación social implícita en esta labor. ¿Gratis o Entrada libre? son terminologías que deberíamos cuestionarnos antes de plasmarlas en flyers, redes, etc... debido al gran poder de las palabras.

En este caso concreto, nos detuvimos y analizamos más profundamente porque dio pie al debate:

La gratuidad implica mercantilización. Si el precio es 0, se entiende que hay un precio. Por lo tanto, el hecho de que el valor económico sea 0 implica que le estamos dando un valor económico, sea el que sea. Por ende, entra en una escala de valores; caro, barato, gratuito, etc.

En el caso de “Entrada libre” hablamos de otros valores más allá del económico, a la hora de permitir el acceso al público, tales como el derecho constitucional a la cultura, el uso de espacios públicos para la realización de actividades comunitarias, etc.

Podemos concluir que el uso de “entrada libre” invita a pensar que las personas que están trabajando, no tienen porque estar trabajando “gratis” ya que su retribución puede tener otra procedencia que la del público que acude.

Y en cambio, al utilizar la palabra “gratis” damos a entender, que independientemente del valor económico que tenga, estamos regalando el trabajo de las personas implicadas en cuestión. Plasmando una ambigüedad acerca de su retribución.

En una sociedad capitalista, ¿podemos decidir si en la ecuación queremos evocar el valor mercantil, o no?

Vimos que el tiempo, el diálogo, y hablar desde un mismo prisma para poder compartir, aportar, nutrirse y darse soporte mutuo es básico y esencial para una mutualización sana. Si impera sólo la lógica de la prisa, la precariedad y la productividad combinadas, a menudo caemos en la auto precarización y en cierta explotación de la gente de nuestro entorno.

Oímos algunos relatos de experiencias personales relacionadas de cómo cuesta a veces hablar de dinero en los sectores y círculos artísticos, entre artistas, y a proyectos innovadores con proyecciones de cambio evolutivo, ¿Por qué sigue siendo un 2*tabú.? ¿Cuál es el baremo (valor-canché) que nos ponemos? ¿En qué está basado, y con qué motivos?, etc. Surgen muchas preguntas,

porque a menudo, en un panorama que de por sí ya está precarizado, la visión con la que nos acercamos a este valor económico tiende a verse influenciado, infravalorado y adaptado a un modelo deficiente, en vez de hacer un análisis verídico de los costes que representan (artistas, proyectos o eventos), para poder tomar una postura de determinación, y de este modo no caer en la 3* Disonancia cognitiva que tanto malestar nos puede llegar a causar tanto a nosotros como a nuestro entorno profesional.

2* Leer con la melodía de: “The Sweetest Taboo” de Sade

3* Disonancia Cognitiva: estado de malestar, fruto de la inconsistencia por falta de coherencia entre creencia, actitud y conducta.

Abordamos la gran pregunta: ¿Qué es lo que se puede mutualizar?

Ya hay varias entidades que ponen en práctica desde hace tiempo la mutualización de material (mobiliario, backline, etc). El Banc de Recursos Mancomunats de Ciutat Vella es un ejemplo de una de las entidades que promueven este tipo de mutualización.

Parece siempre mucho más evidente la mutualización de cosas materiales. En estas jornadas abrimos el debate de cómo mutualizar lo que no es tan tangible.

Los servicios, representan entonces la otra gran parte de mutualización, pero como hemos comentado anteriormente, son más difíciles de valorar porque el factor humano/tiempo es mucho más subjetivo e intangible.

Y llegamos a la conclusión de que sería óptimo encontrar formas efectivas de mutualizar conocimientos y contactos. ¿Cómo hacerlo? La pregunta quedó formulada, pero no respuesta.

Como anunciaban las jornadas de ACCIÓ CULTURA VIVA, se trata de la búsqueda de preguntas asertivas y no de respuestas correctas.

Después cerramos el debate y procedimos a escuchar la puesta en común de los otros grupos.

Durante nuestra mesa redonda, se mencionaron asociaciones, sindicatos y otras entidades del mundo cultural y musical que muchos de los presentes no conocían:

- Acadèmia de la música
- Xàfec, Associació de Festivals Musicals de Catalunya
- Xarxa de Cases de la Música
- Banc de recursos mancomunats de ciutat vella
- El Pumarejo

A las 16h en el “Espai per la cooperació” se habló de compartir la información de salas que tuvieran piano acústico. Y nos hizo ilusión que la propuesta viniera de una persona que no había participado en nuestro grupo. ¿Quiere decir que hay más personas que tienen la misma inquietud? Sin haberlo hablado, sale a colación la mutualización en esta última parte de la jornada, donde diferentes personas y colectivos presentan propuestas y proyectos que necesitan colaboraciones y opiniones. “Mutualizar información” ¡Que gran idea! Ahora habrá que reflexionar en posibles metodologías y estrategias, pero mientras tanto, dejaremos una pequeña lista a modo de acción precursora.



PIANOS ACÚSTICOS EN LOCALES DE BARCELONA

St. LLuc

Carrer dels Mercaders, 42 Bcn

<https://www.santlluc.cat/>

La Maison

Carrer del Correu Vell, 3

<https://www.instagram.com/lamaisonbcn/>

Cat Bar

Carrer de la Mercè, 29

<https://catbarcat.wixsite.com/menu>

Pou de la Figuera (Piano eléctrico)

C/ de Sant Pere Més Baix, 70

<http://casalpoudelafiguera.net/>

Restaurant casa Amàlia

Passatge Mercat, 14 Bcn

<https://casaamalia.com/>

Galeria Mutuo

Mendez Nuñez, 7

08003 Barcelona (ES)

40 personas

No cal dir que en aquesta distància, per l'altra banda, també hi juguen un paper les mateixes administracions públiques que, encara ara, no disposen d'idees i pràctiques gaire clares sobre què han de fer amb les músiques populars, cosa que també es tradueix en la poca presència de persones familiaritzades amb aquestes entre el personal responsable de les àrees de música, i en contradiccions entre les accions de suport i les punitives.

Només hi ha tradició en el cas de l'anomenada música clàssica, segurament fonamentada en segles d'història, Coses com el suport al Palau de la Música, i la seva programació, el Liceu, l'Auditori o l'Orquestra Ciutat de Barcelona tenen poca discussió en les polítiques institucionals (només cal pensar en el ràpid consens per la seva reconstrucció, quan el Liceu es va cremar), per la seva llarga tradició i el paper de les classes més poderoses en aquestes representacions.

El cas és que, tot i aquesta mena de distanciament, si participes en l'organització de qualsevol mena d'activitat musical amb un mínim de projecció pública, la fricció amb les polítiques públiques és inevitable. Encara que siguis autosuficient econòmicament i no vulguis saber res de les infraestructures públiques, hi ha un munt de factors com els referents a les normatives del soroll, els permisos per obrir establiments, l'ordenament del règim laboral i fiscal, l'educació i tants altres que probablement t'afectaran.

Davant d'això, el que aquí plantejem és que, més enllà del binarisme que, a cops, s'assumeix en el discurs, segons el qual o bé participes de o ignores les polítiques públiques, a nosaltres ens sembla que les preguntes interessants són les de quines polítiques volem defensar i quines volem posar en qüestió.

Sobre la necessitat de tenir un mapa

D'altra banda, una derivada de la posició antiinstitucional és que, quan, malgrat el que es diu, s'assumeix el contacte amb les polítiques públiques, **la relació tendeix a ser descarnadament individualista i reduïda als interessos del petit nínxol** des del qual opera cadascú. Si ja partim del desig que el contacte sigui mínim, potser es justifica que el poc temps que volem dedicar a la relació amb l'entorn públic sigui el més rendible possible per a nosaltres, i així prescindim de qualsevol pregunta més àmplia sobre què considerem desitjable per la ciutat en els àmbits que no ens afecten.

Malgrat les aparences, és probable que aquesta posició no sigui realment la que més beneficis aporta, no només al conjunt de la societat, sinó tampoc als nostres propis propòsits culturals i econòmics.

Si assumim com a fet la interdependència de tot el que fem amb altres persones i col·lectius, i no la

de la fantasia de l'autosuficiència en competència amb la resta, potser podem albirar el sentit de dedicar alguna energia a preguntar-nos quin ecosistema cultural desitgem. **I no es tracta només de sumar l'agenda de reclamacions de cada parcel·la** sinó, també, de saber que no hi ha una única configuració de relacions possible, i dibuixar el nostre propi mapa.

Perquè, a més, malgrat que sovint ens posem el barret del petit emprenedor a qui només interessin els resultats, el cert és que entre la gent que es dedica a cert tipus de pràctiques musicals sempre hi ha, també, sovint i de forma molt estesa, una part vocacional, un amor per la música que no queda prou reflectit quan només expressem reclamacions com el desig de viure d'això.

D'enfocaments possibles n'hi ha molts. Per exemple, les disjuntives que sembla que han marcat més l'agenda de les accions polítiques en les darreres dècades han estat marcades per tres posicions: la defensa del desenvolupament d'una **indústria cultural**, la d'un **projecte estatal noucentista** i la defensa de les necessitats de la **base creativa**.

La primera explicaria iniciatives diverses enfocades, per exemple, a les connexions entre cultura i turisme o a la promoció de grans esdeveniments. Entorn de la segona es podrien detallar les inversions més importants de les administracions públiques per tenir teatres nacionals, auditoris, museus, biblioteques, etc., etc. La tercera pot explicar coses com les fàbriques de creació a Barcelona o l'orientació de moltes polítiques de subvenció.

No es tracta de tres orientacions del tot contraposades però són diferents. De vegades han confluït, com en el cas de les fantasies empresarials i les estatals, que sovint s'han trobat en iniciatives publicoprivades, interpretant que el prestigi internacional de la ciutat o el país podia anar de bracet d'iniciatives exitoses econòmicament. En altres casos, aquestes tres tendències poden servir per explicar la distribució dels esforços estatals. I també hi ha hagut casos de tensió i negociació entre aquestes posicions.

Aquests tres eixos que proposem per il·lustrar les diferents orientacions d'intervencions públiques existents, no contenen tot el que passa. També hi ha hagut **altres plantejaments que han trobat la seva correspondència en accions públiques**, com tot el referent a la mirada més socioeducativa de la cultura, que s'ha reflectit en la xarxa de centres cívics i algunes propostes de gestió publico comunitària.

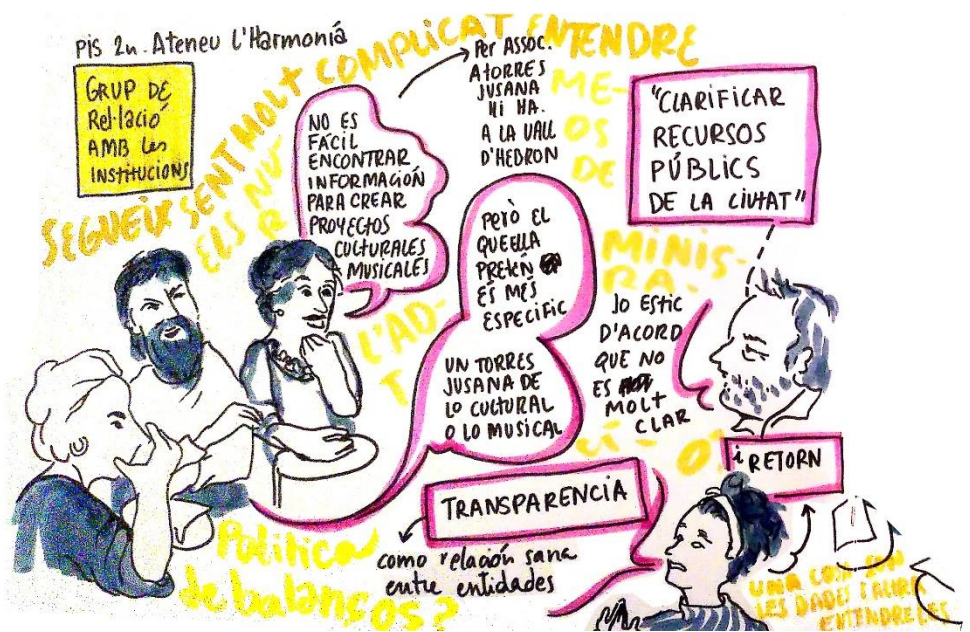
Podem dir, però, que sovint fa la sensació que les polítiques per la música són més fàcils d'entendre des de la resposta als objectius particulars o corporatius dels diferents actors que intervenen, que des de la mirada sobre la satisfacció de les necessitats o anhels de la gent que habita la ciutat. Potser

hi ha el sobreentès que si les necessitats de prestigi de les administracions o les de viabilitat econòmica de les empreses i la gent que hi treballa, són satisfetes, la població en sortirà beneficiada, però se'n parla poc o gens, d'aquest sobreentès, i no està clara la connexió.

Tot i afirmar aquesta necessitat que les polítiques per la música tinguin alguna justificació que respongui més clarament a algun interès general i vagi més enllà de les demandes de les parts, les tres persones que signem aquest text tampoc ens sentim capaces de fer una proposta tancada. Sí que ens hem posat d'acord, però, en dos principis generals: la necessitat que la presa de decisions sobre la intervenció pública respongui a principis de **radicalitat democràtica** i la de què les polítiques públiques posin **límits quan les concentracions de poder** dels poderosos condicionen la dinàmica cultural.

Si és per a tothom, millor que tothom hi sigui

Per sortir de l'atzucac corporatiu i limitat pel que fa a la definició de polítiques públiques per la música, ens sembla imprescindible una **aposta general per la radicalitat democràtica**, sense excloure els agents que ja hi participen, però eixamplant l'abast de les



veus que són tingudes en compte i les possibilitats d'incidir. Les actuacions administratives haurien de passar de "negociar amb" i respondre a les demandes dels diferents col·lectius que es defineixen per la seva voluntat d'incidir en la música a incorporar persones i agrupacions socials amb un paper teòricament més passiu en l'acció musical. Aquesta proposta també implica tenir en compte sectors musicals que ara no són tinguts en compte, és clar, però, com a orientació general, plantejem que fins i tot cal anar més enllà, evitant l'exclusivitat sectorial.

Aquest objectiu polític general, que en el fons també seria aplicable a altres polítiques culturals, i no només culturals, no té una aplicació única i senzilla. No passa necessàriament, per exemple, per l'estratègia de les taules de participació que cada cop més utilitzen les administracions.

La voluntat i necessitat de què l'accés als recursos públics estigui prou democratitzat, té uns límits evidents en la disponibilitat temporal i material de les persones per intervenir. Això implica que les estratègies de radicalització democràtica hagin de ser múltiples i diverses, estant presents, per exemple, tant en els nivells generals com en els nivells més propers dels territoris, i estant presents, també, tant en processos de planificació, com de gestió, com de decisió, com de valoració, com simplement informatius.

La radicalitat democràtica també hauria d'implicar una aposta decidida en favor dels processos d'autoorganització i autogestió de la gent. Una orientació decidida per polítiques conscients de la prioritat del benefici comú a l'hora d'afavorir la música i l'ús dels recursos públics, hauria de ser molt sensible a aquells processos d'articulació i pràctiques musicals que es donen entre la gent. És a dir, no només caldria facilitar la gestió comunitària de les institucions públiques sinó que també caldria reconèixer el benefici públic de les institucions comunitàries.

La cosa pública com a paraigua protector

Hi ha una fal·làcia molt habitual que és la de reduir els debats sobre la relació amb el que és estatal a la dicotomia entre l'estat i el mercat, i en aquests casos es pot arribar a identificar l'espai de la gent i l'autoorganització amb el mercat. En realitat això no funciona així. Moltes coses que volem i fins i tot necessitem fer no flueixen amb les lleis de la cerca de benefici econòmic que imposa el mercat, i molt menys quan el mercat es configura en processos de concentració de poder i monopoli. Per això cal considerar un tercer espai organitzatiu que no és ni el mercat ni l'estat, que sovint es caracteritza com el comunitari. Això, si ho pensem des de certs espais musicals, és molt evident. Sovint quan es parla de "l'escena musical" es parla d'una cosa diferent del mercat i, per descomptat, a l'estat.

En aquest marc, les possibilitats d'actuació des de l'estat no es trobarien només en la disjuntiva entre organitzar coses directament o deixar que el mercat actuï, o en l'orientació d'invertir fins que el mercat pugui assumir les coses que abans es feien des de l'estat. Hi ha un tercer espai amb el qual interactuar, i unes dinàmiques que han de ser autònomes però no integrades en les lleis del lucre mercantil. Sovint, protegir l'autonomia és protegir algunes formes d'organització davant del salvatgisme mercantil.

En aquest sentit, pensem que caldria reclamar a l'estat actuacions orientades a defensar-nos de les dinàmiques del mercat, fer de paraigües, perquè puguin passar altres coses. Defensar-nos, per exemple, de les inèrcies de concentració dels canals de distribució de la música enregistrada, o de la

concentració de la propietat dels grans festivals en mans d'uns pocs fons d'inversió. En definitiva, més confrontació amb els de dalt i més facilitació pels de baix. Si ho pensem bé, estem proposant quelcom bastant diferent del que són les lògiques més habituals.

Per acabar, tres propostes

Acabem el text, amb tres propostes que podrien respondre a aquests principis que apuntem, i que, alhora, il·lustren tres marcs de relació diferents que pensem que han de coexistir, en uns casos amb més protagonisme estatal i en altres amb més implicació des de fora de les institucions.

Es tracta de la proposta de fer un spotify públic, la de plantejar un circuit de caràcter publico-comunitari, i la proposta de la renda bàsica universal.

Tot i que per nosaltres les tres propostes tenen tot el sentit i s'haurien d'abordar realment, l'elecció també té cert to de política-ficció, amb la voluntat d'interrogar el marc constret pels costums des del qual sovint pensem les coses, i d'activar les possibilitats d'imaginar.

La proposta de l'spotify públic, per exemple, pensem que té tota la lògica com a actualització del sentit comú ja establert per la política de biblioteques, però també té un caràcter exemplificant per dir que sí que tindrien sentit intervencions estatals fortes, si aquestes servissin per posar límits a les dinàmiques de les grans corporacions.

Un spotify públic

Sovint es diu, particularment des dels àmbits més propers a les músiques populars i alternatives, que el que haurien de fer les administracions públiques és facilitar que les coses passin i no produir directament activitats. Al grup de conversa de la jornada Comunitzar la Música Vol 3, amb certa vocació provocadora, vam arribar a proposar un Pla de buidatge dels equipaments culturals públics. Hi ha motius per percebre moltes intervencions públiques com a invasores de l'acció espontània, i també com a malversadores, a causa de la dificultat per connectar realment amb les dinàmiques socials i comunitàries.

Això no obstant, un problema de fons potser és que les intervencions públiques sovint es plantegen des del paternalisme quan es tracta d'adreçar-se a la gent amb menys recursos, i des de la submissió i acomplexadament quan es tracta de relacionar-se amb els més poderosos.

Quin sentit tindria abordar aquestes lògiques en sentit invers? És a dir, abordar des de l'escolta, respecte i prudència les relacions amb el teixit de base, i des de certa confrontació les relacions amb les grans dinàmiques capitalistes? Aquí ens volem fixar, principalment, en la segona part de la

pregunta. Les grans dinàmiques internacionals en el món de la música mereixen ser contrapesades en la mesura que subordinen les dinàmiques culturals i la seva economia a interessos que no necessàriament són els de les persones que habiten les ciutats. Pensem, per exemple, en les darreres notícies que expliquen com els grans festivals de l'estat espanyol estan essent comprats per fons d'inversió forans.

Per efectuar aquests contrapesos, potser podem pensar que la concentració de recursos i capacitat legislativa de l'estat podrien tenir una capacitat d'actuació superior a la del teixit cultural local. Aquí sí que tindria sentit la intervenció estatal.

Per això pensem que un spotify de propietat pública, és a dir un servei de reproducció en línia de música, de propietat estatal, podria tenir sentit. Si el tenen les biblioteques i les televisions públiques com a grans inversions per a fer accessible la cultura a tothom, per què no un accés per internet públic, ara que la xarxa ha adquirit centralitat en l'accés a la cultura?

No cal dir que darrere d'això hi ha una percepció nostra de l'spotify privat com a problema. Aquí no ens podem estendre, però, dit de forma molt resumida, que els nostres hàbits d'escolta estiguin canalitzats i monopolitzats per una sola empresa és un problema. Que les nostres metadades estiguin en mans d'aquesta empresa és un problema. Que la remuneració als músics quan s'obtenen guanys per la reproducció de música, sigui, proporcionalment, encara menor al que podien cobrar per un cd és un problema.

Un circuit publico-comunitari

La necessitat que els espais per poder gaudir, crear o jugar amb la música han d'estar repartits pel territori sembla un fet bàsic si parlem de polítiques públiques al voltant de la cultura. I hauria de ser un compromís de la societat amb si mateixa poder comptar amb una xarxa ben distribuïda on fer-ho. I aspirar, a més, que aquests espais siguin gestionats des del punt de vista de la gestió comunitària, per tot el valor afegit que aporta aquesta forma de fer i viure la cultura.

Com bé hem apuntat anteriorment al text, per consolidar aquesta xarxa pública primer cal que l'administració reconegui la importància de les iniciatives culturals comunitàries, siguin equipaments, festes, locals... i que se sàpiga situar en un punt intermedi per poder recolzar i reforçar aquestes iniciatives, sense tenir por que l'administració quedi desdibuixada. Perquè al final, molts dels projectes de gestió comunitària o fins i tot d'autogestió són els principals garants de l'accés a la cultura en molts territoris.

Però cal també poder detectar els territoris on, sigui per la feblesa del teixit associatiu o per altres

dificultats, les iniciatives comunitàries i associatives no han estat capaces d'aixecar i generar aquests espais permanents o efímers al voltant de la música. A continuació posar recursos per part de l'administració per poder generar aquests espais i acostar locals, escenaris, festes on es fomenti la vitalitat cultural, bàsica per a fomentar el vincle social en qualsevol territori, i especialment en aquells territoris amb poc teixit associatiu. És en aquests contextos on l'administració pública ha d'actuar com a actor redistribuïdor i garant de l'accés.

D'aquesta forma, amb un teixit viu, fort i amb capacitat de gestió, i una administració pública capaç de llegir bé els territoris i actuar en conseqüència és quan podem començar a generar una xarxa conjunta d'espais d'exhibició que garanteixi i promocióni l'accés a la música en directe.

Parlem d'una xarxa formada pels equipaments culturals de proximitat, espais autogestionats, comunitaris... Però també per festivals locals, festes majors...

Només des d'aquesta mirada conjunta entre el teixit associatiu, comunitari i una administració que acompanyi es podria consolidar un mapa amb equipaments i propostes culturals repartit per tot el territori.

Un mapa que no només serveixi "per situar" sinó que també sigui un recurs tant per fomentar la xarxa i interacció entre espais musicals, dibuixar circuits per als grups (llocs on tocar, assajar...) i com a recurs-agenda per a la música en viu que pugui servir per a la població d'edats i gustos musicals diversos.

Amb una xarxa rica i ampla, les possibilitats d'impactar al teixit musical són infinites, en especial l'oportunitat de treballar sobre millores en la pràctica i el gaudi de la música en viu. Un projecte així permetria poder generar un volum crític d'activitats, espais, festes, sobre el que poder pactar i treballar unes polítiques comunes al voltant de la contractació, l'accessibilitat, la difusió... El que proposem no és, com s'ha pensat algun cop, una xarxa pública que serveixi de pas previ a l'accés al mercat professional, sinó un circuit amb entitat pròpia, capaç de sostenir una dinàmica de relació entre artistes, col·lectius i comunitats que ens permeti una vida cultural millor.

No se'ns escapa que una proposta així requereix un compromís i pressupost públic potent, i que, fins i tot, abocant-hi molts recursos, acabaria topant amb límits i possiblement deixant comunitats o escenes fora dels seus radars. Per això, la creació de la xarxa ha d'anar acompanyada d'una revisió permanent de les seves propostes, programacions i aliances.

Renda bàsica universal, la millor política cultural

Moltes disquisicions que sovint es fan sobre el consum o no de cultura, tant en l'àmbit quantitatiu

com en el qualitatiu, o també sobre la qualitat de la creació, tenen, si ho pensem bé, un lloc comú, que és la disponibilitat de temps. Per parlar de debò de cultura cal posar-la en relació amb el tipus de vida que vivim.

Sovint es mostren expectatives, desitjos i fins i tot exigències sobre el consum cultural que no tenen una relació raonable amb la disposició de recursos, temps, i capacitat mental de vides encaixonades per temps comprimits, de la majoria de les persones, en bona part condicionades per la precarietat econòmica.

El mateix passa amb l'activitat creativa. Es demana a les persones que poden dedicar algun temps a la creació, actuacions menys pendents del mercat o més vinculades a la comunitat, quan, al mateix temps, les seves possibilitats de guanyar-se la vida en aquest àmbit, només són viables a còpia de fer moltes coses, projectes nous cada any, etc., etc. que fan poc probables aquests temps. Vivim en un sistema de relacions que només fa possible una cultura coherent amb les lògiques de la sobreproducció.

Aquí queden també, tots els ideals de llibertat, independència, cultura de qualitat, comunitat, etc., etc. encapsulats per un entorn que hi posa moltes dificultats.

Podria semblar que el sistema de subvencions té algun sentit per equilibrar aquestes dinàmiques, alliberant temps de les persones i afavorir dinàmiques autònomes no mercantils, per exemple. Però en la pràctica aquesta no és la seva orientació, promovent, a la fi, dinàmiques de competència i autoprecarització, i alimentant la fantasia d'un lloc de pas cap a la inserció al mercat, poques vegades assolida.

En lloc d'això, proposem un salt d'escala i imaginar com canviaria la vida cultural si bona part d'aquests recursos i tants altres sistemes de subsidis condicionats que l'estat dedica a pal·liar situacions (rendes mínimes, subsidis d'atur...), es dediquessin a facilitar l'accés a una renda incondicionada pel sol fet de viure.

La renda bàsica universal suposaria un salt important per la desburocratització dels sistemes d'ajut, i per la millora de les condicions de vida -i també de negociació amb el sistema- tant de les persones que es dediquen a la creació com al simple gaudi musical. Pensem que això podria tenir un impacte en la capacitat autònoma de fer cultura difícil d'equiparar a qualsevol altra mesura de política cultural que puguem imaginar.

Resumint

En definitiva, el que fins aquí hem plantejat és la possibilitat de no renunciar a l'administració pública

com espai amb recursos col·lectius i capacitat normativa que puguin afavorir l'activitat musical que desitgem.

Per a fer-ho, necessitem que la capacitat de cooperació que té el teixit musical de base també es manifesti en la capacitat de defensar marcs polítics que vagin més enllà dels interessos particulars, i siguin capaços de salvar les trampes que sovint ens posen el capitalisme o el mateix marc administratiu per competir entre nosaltres per les molles.

Una direcció que proposem és la de pensar l'espai públic com espai capaç de construir una realitat alternativa al marc del capitalisme. En lloc d'abocar recursos a protegir, afavorir i complementar el marc d'un suposat mercat, que, a més, cada cop més tendeix a ser transnacional i fora del nostre abast, reclamar una intervenció que afavoreixi unes dinàmiques pròpies, lligades al territori i no necessàriament subordinades a les lògiques del mercat.

Per a fer això, necessitem pensar amb ambició: mesures capaces de frenar la intromissió del mercat en la vida com la d'una plataforma d'streaming pública, mesures que afavoreixin les pràctiques musicals, com un circuit d'espai amb governança públic-comunitària, i mesures que afavoreixin la llibertat de totes les persones per definir la seva pròpia cultura, com una renda que ens alliberi de la subordinació del treball.

BUENO CUÁNTAS COSAS PAS PELS ALTRES QUE INJUST!

Happiness is when you do things for others

AL PARAR HAS DE FER ALGUNA COSA

NO ES RECORRENT NO ES LINEAL Carregar-me la idea de LA LÍNIA del temps

Yogi tea

Dibuixar el temps

Ens podem canviar a l'ombra

UNOS AMIGOS TRAD EN VALLADOLID ALG OCURRIA EN PAR CON CÓDIGO LIBR

ESO EXISTE!

3 hores 8 hores equiva a molt

temps Es capitalista a economia

no m'he posat a treballar

3 FACTORS EN BERLIN! PODÍAS FILTRAR TODA LA AGENDA ERA UN ROLLO ES MUY ANARQUISTA SIN PUBLICIDAD

¿QUÉ VACÍO?

DEPENDE DE TU PERSPECTIVA

MUTUALITZAR

INFORMACIÓ

QUEIXA

RISC

BENEFICIS

HAY QUE SABER DECIR: NO. ESTAS SON MIS CONDICIONES Y ESTO NO LO VOY A HACER

¡POR VALORAR!

SI NO TIENES AMIGOS ESTÁS SÚPER VENDIDO

QUIENES SOIS Y QUÉ HACÉIS?

Y QUÉ CANALES DE DIFUSIÓN USÁIS?

NO ES FÁCIL ENCONTRAR INFORMACIÓN PARA CREAR PROYECTOS CULTURALES MUSICALES

PERDÓN POR LA TARDANZA SOY PABLO, ME HE QUEDADO DORMIDO

UN TORRES JUSANA DE LO CULTURAL O LO MUSICAL

PERÒ EL QUELLA PRENEN ES MÉS ESPECÍFIC

JO ESTIC D'ACORD QUE NO ES MOLT MOLT CLAR

TRANSPARENCIA

como relación sana entre entidades

¿RETURN

UNA CO... LES DAD...

Político de balances?