

TERRE THAEMLITZ

## **iPod bortxatzen ari da neure herria bortxatu zuten bortxatzaileak**

### **Gaur egungo audio produkzioaren ikuspegi ekonomiko bat**

Musika elektronikoa argitaratzen daramatzadan azken hamabi urte inguru hauetan, joera bat sumatu uste izan dut: lauzpabost urtean behin, musika elektronikoaren alorreko banatzaile handi bat desagertzen da merkatutik, eta atzetik eramaten du diskoetxe txiki mordo bat. 2004an BFAren txanda iritsi zen, Alemaniako musika elektroniko alorreko banatzaile handienarena. “Eta zer?”, galdetuko duzue. Eta nik gaineratu, “banatzaileak oro har kabroi batzuk dira, diruak bakarrik mugiarazten dituenak, eta musika zaborra banatzen dute, liburu banatzaileek best-sellerrak literatura balitz bezala pasatzen saiatzen diren bezala. Nahikoa dugu! Botereari aurre egitea, eta abar, eta abar”.

Ezagutu ditudan kasu guztietan arazo bera gertatzen da: estoken kudeaketa kaskarra eta “itzulketak”. Banatzaileen lan egiteko moduarekin etxekotuta ez daudenentzat, honela funtzionatzen dute, gutxi gorabehera: lehenik sustatu egiten dituzte disko berriak haien kopiak oparitutara, disko dende eskariak egin ditzaten (“salduko” dutena sustatuta eta hainbeste salduko ez dena alde batera utzita); ondoren, banatzaileek dendetara bidaltzen dituzte diskoak, hartu dituzten eskarrietan oinarrituta, baina disko dendei utzi egiten zaie halako denbora epe jakin batean (gehienetan sei hilabete eta urtebete artekoa) saldu ez dituzten aleak itzultzen: horietan ditugu itzulketak. Ondoren, banatzaileek disko etxeei ordaintzen diete saldutako disko kopuruaren arabera. Banatzaileek etengabe egon behar dute produktu berriak sustatzen eskari gehiago hartzeko, eta dende etengabe ibili behar dute eskari berriak egiten beren estokak eguneratuta edukitzearen, eta horrek behartzen ditu “itzulketak” egitera, apaletan espazio pixka bat egiteko. Urteak joan urteak etorri, etenik gabeko itzulketa ziklo bat sortzen da, banatzaileei ausazko maiztasunez iristen zaizkienak, sarri askotan itzultzeko epea iragan eta gero, eta luze gabe gertatzen da banatzaileek disko etxeei aurkezten dizkieten saldutako diskoen kontuak eta itzuli direnen kontuak ez datozela bat. Banatzaile bat merkatutik desagertu aurreko urtebete edo bi urteetan, disko etxeei egin beharreko ordainketak atxikitzen hasten da, lehendik jakinarazitako CDen salmentak eta salgai horien “itzulketak” bat ez datozela argudiatuta. Jakina denez, diruak boterea ematen du, eta horrenbestez ordainketak atxikitzen hasten dira bezero txikiei, hots, disko etxe independenteei, horiek baitira gutxien saltzen dutenak.

Banatzaileen aldetik ordainketarik jaso ez arren, disko etxeek jarraitu egin behar dute produktuak ekoiztu eta argitaratzen, merkatuan ikusgarritasunari eusteko, denboraren joanak gauzak konponduko dituelakoan, baina hori oso gutxitan gertatzen da. Ekoizpen jarraitu horren gastuei heldu nahian, disko etxeak hasten dira ekoizleei eta artistei ordainketak atxikitzen. Denbora iragan ahala, banatzaileak merkatutik desagertzen dira, haien estok guztiak izoztuta geratzen dira konpainiaren aktiboak diren aldetik (nahiz eta banatzaileak eskuarki ez diren iritsi disko etxeei ordaintzera, beraz produktu horiek disko etheen jabegotzat jo beharko lirakeke, haiek ordaindu baitituzte ekoizpen kostuak), eta orduan disko etxeek saiatu behar izaten dute beren katalogoa berrerosen banatzaileen bankarrotaz arduratzen diren abokatuei. Zoritxarrez, aurreko hilabete edo urteetako banatzaileen ordainketarik eza dela eta, disko etxe txikiak sosik gabe egoten dira ordurako, eta haiek ere erreka jotzen dute. “Eta zer?”, galdetuko duzue. Eta nik gaineratu, “Disko etxeak oro har kabroi batzuk dira, diruak bakarrik mugiarazten dituenak, eta musika zaborra bultzatzen dute, liburu banatzaileek best-sellerrak literatura balitz bezala pasatzen saiatzen diren bezala. Nahikoa dugu! Botereari aurre egitea, eta abar, eta abar”.

Azkenean, arazo finantzario horiek ni bezalako ekoizleenganaino iristen dira, apurka-apurka. Erreka jotako banatzaileen estoketatik datozen gure CDak deskontuen *dumping* baten bidez sartzen dira merkatuan, sartzekotan, eta ez dugu salmenta horiei dagozkien eskubideak

kobratzeko aukerarik izaten. Berriro ere “Eta zer?”, galdetuko duzue. Eta nik gaineratu, “ekoizleak eta artistak oro har...”. Tira, ulertzen duzue zer esan nahi dudan.

Egoera horren ondorioz, musika ekoizleok errenta ordaintzeko era alternatiboak bilatu behar izaten ditugu. Izen ezaguna arrakasta finantzarioarekin lotzeko joera zabaldua gorabehera, musikari elektroniko gehienak ez gara MTVn azaltzen. Garai latzak direla diodanean, ez naiz ari MC Hammerrek galdu duen jauretzeaz, hasteko ez baitzioten hipotekatzen utzi behar ere. Bizitzeko daukaguna lanaldi partzial batetik irabaziko genukeenaren baliokidea da sarritan, eta horrela oso zaila izaten da aurreztea. Egia esan, diru sarrera horietatik gehiena ez da disko salmentatik iristen, kontzertuetatik baizik, nahiz eta gure musika egokiena ez izan “zuzenean” kontzertuak emateko, agertokietan zein klubetan. Izan ere, gure CDen argitalpena, ikuspegi finantzariotik hondagarria, sustapenerako tresna da funtsean, gertakariak antolatu eta sustatzeaz gain guri ordaintzeko prest daudenen begiradak erakartzeko. Baina gure disko etxeak merkatutik irtetzen direnean (iaz Mille Plateaux disko etxeari gertatu zitzaion bezala, EFAren itxieraren ondorioz) eta aurki argitaratu beharrekorik ez daukagunean, gure kontzertuen eskaria ere apaldu egiten da. Orduan, musika merkatutik kanpo bilatu behar izaten ditugu diru sarrerak, eta horrek esan nahi du «taxuzko lan» bat lortu behar izaten duzula, lehendik halakorik ez bazeneukan (programazioa eta diseinua izaten dira gehien aukeratzen direnak), edo bestela dirulaguntzak jasotako arte gertakari eta erakusketetan esku hartu. Azken aukera horren kasuan, urruntze ekonomiko bat gertatzen da enpresa eta enpresa jarduera kapitalistatik (salmentak) laguntza publiko zein pribatuetarantz (dirulaguntzak).

Zoritxarrez, gure jarduerak halabeharrez musikaren mundutik harago hedatzeak “masentzako musika” eta “arte elitista” aurrez aurre dauden gudu ideologiko gogaikarri baten erdira jaurtitzen gaitu. Alde batetik, musikaren eskakizun funtsezkoak, hots, “mundu errealeko benetako jendeari interesatzen zaiona” barne hartzekoak, esan nahi du arteetako gure jardueri traizio eta buru-indulgentzia harroaren usaina dariela (ez nahasi onargarriak diren beste zenbait buru-indulgentziarekin, hala nola rock gitarraren solo masturbatzaileak). Bestetik, arte munduaren uhartetasun eta itsumenak, beste kultur esparru batzuei dagokienez, zalaparta handia ekarri du arestian Soinu Arte “berria” dela eta ez dela, haren aldarrikapena izanik berak asmatu duela urte luzeetan zehar Arteetatik landa egiten aritu garen guztia (baita Soinu Artea moduan deskribatutakoaren hamarkadak ahaztu ere). Alde musikarari hats eman nahian, duela gutxi David Toop-ek honela hasten zuen musika elektronikoaren alorreko disko bati egindako kritika: “Azken urteotako joera harrigarri bat izan da musikan oinarri sendoa zuten artista batzuek diru aldetik oso errentagarriak ez diren esparruetara aldatzea, hala nola soinu artea eta inprobisazio minimalista. Suizidio profesionala, esan lezake norbaitek, baina beharbada sintoma bat da gaur egun dagoen polarizazioarena: alde batetik esoterikoa baina gogobetegarria dago, eta bestetik mota askotako makina bat gauza (itxura denez, denak Elton John edo Michael Parkinsonengandik eratorriak)” (*The Wire*, 2005eko urtarrila). Nahiz eta egon, badagoen Toopen baieztapenari, alegia, dirulaguntzak hartutako Artearen izaera ez oso errentagarriari, egokitzen zaion nozio ekonomiko bat, nozio hori ispiluaren beste aldeko ekonomiari dagokio; izan ere, ez baitu kontuan hartzen musika merkatuaren zorigaitzoko ekonomiak beharrezko egiten duela hain “errentagarritasun gutxiko” enplegua. Ekoizle askoren kasuan, Arteen barruan sartzen diren lanak gero eta gehiago onartzeak ez du zerikusirik buru-asetzeari lehentasuna ematearekin, Toopek itxuraz iradokitzen duen legez, baizik eta diru sarrera alternatiboak bilatzeko saioarekin, musika munduko ekonomia higatuaren aurrean. Wal-Mart batean egunez lan egitea gaueko txanda McDonald’s batean eginez konpentsatzea bezala da.

Pentsatzen dut zirkunstantzia ekonomikoaren arbuizate hori areagotu baino ez dela egingo audioak deskargatzen diren garai hauetan, CDak eta produktuan oinarritutako beste formatu batzuk zaharkituta dauden honetan. Deskargen bidez, musika era mailakatuan berregituratzen ari da “informazio huts”ezko kontua balitz bezala, eta erretorika horrek bistaz are gehiago galarazten dizkigu informazio horren ekoizpen eta banaketaren osagai materialak. Okerreko informazio horren lehen lerroan Jacques Attali dugu, zeinak honako hau adierazi baitzuen Cybersalon Net Music Biltzarrean: “Musika oso espezifikoa da zenbait arrazoi direla medio. Arrazoi ekonomikoetako bat da musika informazio hutsa dela. Ekonomia alorrean,

informazioa deabrua da, erabat gobernaezina. Esate baterako, teoria ekonomiko guztia baliabide eskasen teoria da... baina ez du musikarekin funtzionatzen; ezta informazioarekin ere, eskuarki. Esne ontzi bat baldin badaukat eta eman egiten badizut, jada ez daukat. Informazio bat ematen dizudanean, ordea, oraindik daukat, gorde egiten dut. Horrek esan nahi du nik zerbait baldin badaukat eta eman egiten badizut, gauza berri bat sortzen dela: ugaritasuna. Eta horrek esan nahi du teoria ekonomikoak ez duela informazioaren alorrean funtzionatzen informazio hori bere euskarri materialetik, CD bat edo dena delakoa, bereizi daitekeenean. Informazioaren ekonomia batean, gauza batek balioa du jende askok daukanean. Adibidez, telefonoa daukan bakarria baldin banaiz, horrek ez dit ezertarako balio, ez behintzat nori deitu ez badut... Kontu handiz ibili behar dugu, musikaz ari garenean, lege ekonomiko nagusien arabera ez pentsatzeko”.

Nahiz eta Attalik eta beste batzuek beste fase ekonomiko batean sartzen ari garela baieztatu, informazio ekonomiaren oinarri ideologikoen sistema kapitalisten garapen-lerroei jarraitzen diete, haietan esperientzia oro gauza bihurtu eta gero egotzi egiten baita harreman abstraktuen forma hartuta. Zentzu askotan, gauzarik logikoena dirudi guri zail egitea informazioa –geure ezagutza- trukegaiak moduan ez irudikatzea. Karl Marxek *Kapitalean* zioen bezala (pazientzia, hau garrantzitsua baita), esan genezake informazioak, erabilera-balioak bezala, «balio iturburu izateko berezitasuna dauka, eta horrenbestez haren kontsumo erreala, berez, lanaren hezur-mamitzea da, eta horren ondorioz balio sorrera». Baina informazioa baliorik gabeko berezitasun batez hasten denez (pentsamendua bezalaxe), soil-soilik truka daiteke bere “gainbalioa”-rekin transferentzia eta erreproduzio bidez, eta kasu horretan “erreproduzitu egiten du bere balioaren baliokidea [zero], eta soberakin bat ere sortzen du, gainbalio bat, alda egin daitekeena, handiagoa edo txikiagoa izan daitekeena, egoeraren arabera”. Informazioak azken gainbalio faseetan bakarrik hartzen duenez balioa, grabatuta-edo dagoenean, erraza izaten da informazioaren garapeneko materialak baztertzea (hala nola, neure etxeko estudioan emandako ekoizpen denbora), eta horrek ondorioz dakar erabilera-balioa zero izatea. “Gastu orokorrik gabeko” estudio-logelaren munduan ari gara sartzen, etekin garbiak emateko gai dena, ekipamenduaren, espazioaren eta estudioko gastu orokorren kostu erreala ahaztuta. Ikuspegi ekonomikotik, estudio-logelaren etorrerak ekarri zuen «aurrerapenak», betidanik *aldez aurretik* ordaintzen zirenak, estudio gastuei aurre egin ahal izateko (sinestezina!), orain diskoa kaleratzen denean ordaindu ohi dira, edo justu ondoren, eta azken produktuaren beraren geroko etekinen gainean bakarrik egindako aurrerapentzat jotzen dira. Disko etxeek jarduten dute «logela-musikariak» audioa lehengairik gabe, laguntzako materialik gabe, lanabesik gabe, biziaren kosturik zein beste ezein gastu materialik gabe produzituko balu bezala. Gastu orokorrik gabeko audioa. Horrenbestez, ikus dezakegu Attalik aipatutako informazio ekonomiaren azken funtsa betiko amets kapitalista besterik ez dela, etekinak ez murriztea egoera edozein dela.

Eta horrela, eskola zaharreko CD eta disko banatzaileak merkatutik gero eta gehiago egotziak izango diren bitartean, aro berri baterantz ari gara mugitzen, deskarga bidezko banaketaren aro berrirantz: audio bereizmen kaskarrekoa, Interneteko grafikoen bereizmen kaskarra eta nabigatzaileen arteko ikusizko jarraipenik gabea, eta azken erabiltzaileari iristen zaion produktuan ia-ia kalitate kontrolik ez. Aupa!, gizartea CD formatuko salgai ugaritatik libratu da! Eta iPod-i kateatu. Kaka berbera, beste espekulatzaile bat. «Eta zer?», galdetuko duzue. Eta nik gaineratu, “Kabroi batzuk zarete denak, diruak bakarrik mugiarazten zaituzte eta musika zaborra entzuten duzue, best-sellerrak irakurri eta literatura dela pentsatzen duzuen bezala. Nahikoa dugu! Botereari aurre egitea, eta abar, eta abar”.

**TERRE THAEMLITZ** multimedia ekoizle, idazle, hizlari publiko, hezitzaile, audio birnahasle, DJ eta zenbait sari irabazitako Comatonse Recordings disko etxearen jabea dugu. Haren lanak era kritikoan konbinatzen ditu nortasun politikari dagozkion gaiak –hala nola, genero, sexualitate, klase, hizkuntzalaritza, etnizitate eta arraza gaiak- medio komertzialen ekoizpenaren sozioekonomiaren kritika etengabe batekin. Gai ugaritasun horri dagokio Thaemlitzen ekoizpen-estilo sorta zabala, zeinak barne hartzen baitu ordenagailuzko musika elektroakustikoa, klubetara bideratutako *deep house*, jazz digitala, *ambient* eta ordenagailuz konposatutako piano solo neoespresionistak. Hamabi disko argitaratu ditu, hamabi hazbeteko hainbat EP, zazpi hazbeteko singleak, elkarlanean egindako diskoak, birnahasketak eta bideo

lanak. Musikaz eta kulturaz idatzi duena nazioartean argitaratu da zenbait liburu eta aldizkari akademikotan. Transgenero ez-esentzialista eta *queer* teoria gaietan hizlari eta hezitzailea den aldetik, mahai inguruetan parte hartu izan du Europa osoan eta Japonian, sentiberatasun transkulturalaren inguruko tailer anitz antolatu izan ditu orobat Tokyoko Uplink Factory delakoan, Japoniako Kawasakiko bere oraingo etxetik hurbil. Informazio gehiago hemen: <http://www.comatonse.com/thaemlitz> Erreserbak egiteko harremanak: [info@comatonse.com](mailto:info@comatonse.com)