

Kanta zaharrekin negozio berria

Digitalizazioak musikaren industria hankaz gora jarri zuen mende honen hasieran, baina disko-salmentan oinarritutako ereduaren errautsetatik negozio-molde berri eta, akaso, are espekulatzailagoa sortzen ari da. Multinazional eta inbertsio-funtsak kanten eskubideak erosten ari dira, etorkizunean izango dituzten entzunaldiei esker irabaziak biderkatzeko.

 GORKA BEREZIARTUA MITXELENA

Universal Music Group multinazionalak iazko abenduan iragarri zuen Bob Dylanen kanten katalogo osoa bereganatu duela. Erosketa historikoa da alderdi askotatik begiratuta: hasteko, tratuan gastatutako diru kopuruagatik, zehazki publiko egin ez den arren 200 milioi dolar (165,5 milioi euro) ingurukoa izan baitaiteke NBC hedabide estatubatuarren arabera eta, horrenbestez, inoiz egin den musika salerosketarik garestienetako baten titulua bereganatu du. Dylanen ibilbidearen amaiera gertuago dagoela adierazten duelako ere eman du zeresana –Minnesotako artistak bizkar gainean daramatzan 79 urteak kontuan hartuta inork ez luke harritu behar, baina badirudi bizirik dauden mitoei kosta egiten dela hezur haragizko pertsonen muga berdinak dauzkaitela onartzea–. Eta *Like a Rolling Stone* bezalako abestiak aurrerantzean norenak izango diren jakiteaz gain, albisteak agerian utzi du azkenaldian abesti zaharren eskubideekin sortzen ari den negozioa.

Gauza jakina da norbaiten izenean erregistratutako kanta bat irratian edo telebistan entzuten den bakoitzean, edo erabiltzaileraren batek plataforma digital batean play ematen dion aldiro, egileak diru kopuru bat jasotzen duela. *Royalty*

horiek eztabaida-iturri ere izan dira, industria musikalak garai batean disko-salmentari esker banatzen zituenekin konparatuta, gaur egun Spotify edo Youtube bezalako plataformek ematen dituzten sosekin milioiak lortzea mundu osoan ezagunak diren artisten klub txiki baten esku bakarrik dagoelako. Hori bai, *Blowin' in the Wind* edo *Hurricane* konposatu badituzu, ez dago arazorik: hamarkadak daramatzate irabaziak sortzen eta munduak asko aldatu beharko du etorkizunean kanta horiek entzulerik gabe geratzeko.

Alde horretatik, Dylanen 600 abesti inguruko katalogoa epe luzeko inbertsioa izan da Universalentzat. Eta ez da egin den mota horretako tratu bakarra: 2020an bertan *The Guardian* egunkariaren publikatutako artikulua baten bidez ezagutu dugu Stevie Nicks Fleetwood Mac taldeko abeslariak Primary Wave konpainiarekin sinatutako akordioa, zeinaren arabera, 100 milioi dolarren truke (82,8 milioi euro) artistaren katalogoaren parte handiena eskuratu zuen konpainiak; Taylor Swiftrek ere lehenbiziko sei diskoen eskubideak Shamrock inbertsio-funtsari saldu zizkion Donostian ehunka etxe erosteko adina emango lukeen kopuru baten truke. Beste ondasun askorekin gertatu den moduan, abestien truke-balioa finantza-espekulaziorako

erabiltzen da geroz eta gehiago. Eta badirudi hazten ari den negozioa dela.

MUSIKAREN TRUKE-BALIOA

Merck Mercuriadisek badaki zerbait horretaz. Virgin multinazionalen 19 urterekin sartu zenetik, kantetatik dirua ateratzetik bizi da, eta gaur egun Hipgnosis inbertsio funtseko burua da. *Thought Economics* webguneari 2019an eskaini zion elkarrizketa batean esplikatu zuen bere filosofia: “Kanta arrakastatsuek eta musikak, arteak orokorrean, berezko balioa dute. Baina jendea ez da konturatzen kanta bat egiaztatutako arrakasta daukan zerbait bihurtzen denean, harekin lotutako irabazien bilakaera oso erraz aurreikus daitekeela eta fidagarria dela, eta horrenbestez, inbertitu daitekeela horretan. Kantak urrea edo petrolioaren bezain baliotsuak dira”. Are gehiago, urrea edo petrolioaren baino inbertsio hobeak izan daitezkeela defendatzen du, kantak ez daudelako merkatuen gorabeheren hain lotuta. Mercuriadisen arabera beti ari gara musika kontsumitzen, eta aldiz, urrea bezalako “balio seguruak” oso gutxi erosten dituzkete.

COVID-19aren pandemiak arrazoia eman diola dirudi: etxean askoz denbora gehiago pasatzen dugunez, Spotifyren eta antzeko plataformen ordainpeko erabiltzaileak hazi egin dira 2020an.

Publiko gehiago, Hipnosisek erositako kanten entzule potentzial gehiago: Mercuriadisen konpainiak nazioarteko *hit* zaharren aldeko apustua egin du, Bon Joviren *Livin' on a Prayer*-etik Eurythmicen *Sweet Dreams (Are Made of This)*-eraino, baina katalogoan ditu arrakasta berriagoak ere –*Despacito*, adibidez–.

Berez iraganeko kanten etorkizuneko irabazietan inbertitzea ez da asmakizun berri-berria. Mark Sweney kazetariak *The Guardian*en gogora ekarri duen moduan, 1990eko hamarkadan “Bowie bonoak” salgai jarri ziren, bakarlari ingelesak 1993. urtera arte argitaratutako kanten truke %7,9ko interes tipoa eskainiz hamar urtera. Kontuak funtzionatzen zuela ikusita, beste artista batzuen erreperorioarekin ere antzeko operazioak egin ziren –Iron Maiden edo James Brown, besteak beste–. Baina 2000ko hamarkadan industria diskografikoak, ordura arte ezagutzen genuen bezala behintzat, hon-

doa jo zuenez, diruzaleek beste aktibo batzuetan inbertitzea erabaki zuten.

PLATAFORMEN PARADOXA

Streaming plataformak bihurtu dira musika negozioarentzat eredu errentagarri berria, disko salmenta gaintuz, baita P2P sareen bidez egindako deskargak ere, azken hauek doan izan arren. 2020. urtearen amaieran mundu osoan 450 milioi lagunek ordaintzen zuten Apple, Amazon edo Spotifyren plataformetan musika entzuteagatik. Diru asko da hori. Eta gauzek nola funtzionatzen duten ulertzeko, Lester Freamonek *The Wire* tele-sailean esplikatzen zuen moduan, diruari jarraitu behar zaio: negozio errentagarria diskoak saltzea zen garaian, industriak nobedadeetan jarri behar zuen indarra, argitaratu berri ziren albumak promozionatzeko euskarri fisikoan banatu behar zen produktuaren kopia ahalik eta gehien saldu ahal izateko. Ereditu digitaletan, banake-

ta fisikorik ez dagoenez, badirudi berri-tasunaren aldagaiari beste bat nagusitu zaiola, “inpaktua” edo “birala” bezalako hitzetan laburbildu daitekeena. Baina *hit* bat lortzea plataforma bakoitzaren algoritmo apetatuen arabera bixuratu denez, eta dirua jartzen dutenei ez zaienez gustatzen erruleta errusiarrean jokatzeko, ez da zaila ulertzeko zergatik hasi diren kontratu milioidunak agertzen “betiko” kantak eskuratzearan truke.

Paradoxa handi samarrak eragiten ditu etekin ekonomikoaren logikak: aparailu digitaletan jositako hipermodernitate honetan, mundu osoko musika guztia klik batean eskura edukita, dena deskubritzeko dagoenean, duela hamarkadak grabatutako abesti oso ezagunen alde egin dute apustu sos handidunek. Dylanek ez zuen asmatu *The Times They Are A-Changin'*-en “*As the present now / Will later be past*” kantatu zuenean. Izan ere, musikaren industrian, iragana da orainaldi berria. ●

JOAN BAEZ ETA BOB DYLAN
1960KO HAMARKADAKO
ARGAZKI BATEAN.

