

Año LXXIX. urtea

270 - 2018

Enero-Abril

Urtarrila-Apirila



Príncipe de Viana

SEPARATA

948 Merkatua. Hacia un cambio de modelo en el sector profesional de la música

Igor SAENZ ABARZUZA

Sumario / Aurkibidea

Príncipe de Viana

Año LXXIX · n.º 270 · enero-abril de 2018
LXXIX. urtea · 270. zk. · 2018ko urtarrila-apirila

INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS EN NAVARRA / KULTUR ETA SORMEN INDUSTRIAK NAFARROAN

M.^a Camino Barcenilla Tirapu (coord./koord.)

Presentación / Aurkezpena

Ana Herrera Isasi 11

Las industrias culturales y creativas en el siglo XXI: un marco conceptual

M.^a Camino Barcenilla Tirapu 19

LAS DESGRAVACIONES FISCALES EN NAVARRA EN EL MARCO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES / ZERGA-ARINTZEAK NAFARROAN, KULTURA INDUSTRIEN ESPARRUAN

Industrias culturales y mecenazgo: su regulación en la Comunidad Foral de Navarra

Juan Carlos Orenes Ruiz 39

La producción audiovisual y su modelo de incentivación indirecta en Navarra

Javier Lacunza 73

LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS: UN SECTOR ESTRATÉGICO / SORMEN ETA KULTURA INDUSTRIAK: SEKTORE ESTRATEGIKOA

El sector creativo y digital, un ámbito estratégico para el emprendimiento

Pilar Irigoien 83

El modelo clúster como estrategia para el desarrollo de los sectores.

El caso del sector audiovisual

Marga Gutiérrez 97

Hacia dónde dirigir las industrias culturales y creativas.

Breve reflexión situada

Oskia Ugarte, Elisa Arteta, Nerea de Diego, Betisa San Millán 119

Sumario / Aurkibidea

LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS EN NAVARRA:
UN CAMINO EMPRENDIDO (VISIONES SECTORIALES) /
SORMEN ETA KULTURA INDUSTRIAK NAFARROAN:
HASITAKO BIDEA (IKUSPEGI SEKTORIALAK)

Patrimonio y presente de la arquitectura en Navarra José Manuel Pozo Municio, Efrén Munárriz Clemos	137
El sector musical en el contexto de las industrias culturales y creativas. Algunos datos sobre el sector musical de Navarra Marcos Andrés Vierge, Igor Saenz Abarzuza	173
La vida escénica en Pamplona, 2016 Gustavo I. Charles	191
Desarrollo, innovación y valor en torno al patrimonio cultural de Navarra Carlos J. Martínez Álava	231
La industria gráfica, factor clave de las industrias culturales y creativas de Navarra AEGRA (Asociación de Empresarios de Artes Gráficas de Navarra)	251
LOS TRABAJOS Y LOS DÍAS DEL AÑO 2017 / 2017ko LANAK ETA EGUNAK	
Tesis doctorales sobre temática navarra de ciencias humanas, sociales y jurídicas, leídas en 2017	267
Actividad investigadora de los historiadores e historiadoras de la Universidad Pública de Navarra. Crónica de 2017 Zuriñe Sainz Pascual	279
Investigación y difusión del patrimonio cultural de Navarra Yolanda Cagigas Ocejó	287
Autores y autoras navarras en castellano, año 2017 Mikel Zuza Viniegra	293
Euskarazko nafar literatura 2017an Ángel Erro Jiménez	297
2017. ¿El momento ha llegado? Celia Martín Larumbe	301
948 Merkatua. Hacia un cambio de modelo en el sector profesional de la música Igor Saenz Abarzuza	315

Sumario / Aurkibidea

El nuevo Hollywood Marta Artica Zurano	325
Turismo y actividades culturales en Navarra. 2017 Ainhoa Aguirre Lasa	341
José Lainez y Concha Martínez, Premio Príncipe de Viana de la Cultura 2017 Alicia Ezker Calvo	351
Discurso Premio Príncipe de Viana 2017 Bertha Bermúdez	361
Currículums	365
Analytic Summary	373
Normas para la presentación de originales / Idazlanak aurkezteko arauak / Rules for the submission of originals	377

948 Merkatua. Hacia un cambio de modelo en el sector profesional de la música

Igor SAENZ ABARZUZA

Profesor asociado de la Universidad Pública de Navarra

Igor.saenz@unavarra.es

1. UNA FERIA DE ARTES EN NAVARRA

A las puertas de la segunda década del siglo XXI, la situación profesional del arte ha cambiado (y sigue cambiando) tanto que el solo hecho de querer sacarle una instantánea se ha convertido en un acto realmente complicado. El filósofo belga Dieter Lesage, en el texto *Retrato de un artista como trabajador*¹, explica a la perfección la visión generalizada del artista polifacético actual:

Eres un artista y esto significa: no lo haces por dinero. Esto es lo que alguna gente piensa. Es una excusa perfecta para no pagarte por las cosas que haces. Así que lo que pasa es que tú, como artista, pones dinero en proyectos que otros mostrarán en su museo, en su *kunsthalle*, en su espacio de exposición, en su galería. Así que eres un inversor. Das préstamos que nadie te devolverá. Corres riesgos financieros. Especulas contigo mismo como un activo artístico. Eres un comerciante. No puedes poner todo tu dinero en un solo tipo de acciones de arte. Así que diversificas tus actividades. Asumes los riesgos. Tú lo dirías de otra manera. Lo sé. Dices que sufres de una ligera esquizofrenia. Que tienes múltiples personalidades [...].

Este texto retrata la realidad del sector de las artes, una profesión con la que es complicado ganarse la vida. Como apunta la coreógrafa brasileña Claudia Müller, «[...] tenemos una visión muy romántica de lo que es el trabajo artístico» (Pérez Royo, 2009,

1 Se cita la traducción hecha por Victoria Pérez Royo del texto original (cedido por la autora).

p. 76)². En este sentido y parafraseando a Bob Dylan, «The times are changin». Como parte de un esfuerzo estratégico por apoyar y promover el arte profesional en Navarra, los días 15 y 16 de noviembre de 2017 y por primera vez en Pamplona, se celebró una feria de artes definida como «[...] una plataforma de encuentro para los profesionales de las industrias creativas y culturales» (*Revista 948*, 2017, p. 8). Impulsada por la Dirección General de Cultura-Institución Príncipe de Viana en colaboración con el Ayuntamiento de Pamplona y con la denominación «948 Merkatua-Mercado de las Artes de Navarra», busca posicionarse como «un mercado estratégico profesional de las artes»³. La revista musical *Mundo Sonoro* añade el adjetivo «ambicioso» a este «mercado estratégico»⁴, que cuenta con un amplio abanico de disciplinas artísticas entre las que figuran las audiovisuales (cine, televisión), la música (en directo, edición de disco), las artes escénicas, las artes plásticas y visuales, y el sector editorial.

Uno de los objetivos que se planteó la organización fue aprovechar la situación geográfica estratégica de Navarra para posicionar la feria como referente en la Eurorregión Aquitania-Euskadi-Navarra, así como en el Estado, por lo que el material estaba en euskera, castellano y francés. El Documento Director (2017, p. 5)⁵ recoge los siguientes siete grandes objetivos generales para la edición de 2017, que se define como la «edición 0»:

- Apoyar al entramado profesional de los artistas realizando una labor de coordinación entre artistas y agentes para su encuentro en la feria.
- Dinamizar comercialmente y proyectar hacia el exterior las empresas culturales creativas y profesionales culturales de Navarra.
- Incorporar la oferta cultural profesional en la programación de los agentes culturales de otros territorios y ámbitos.
- Generar mejoría económica en el sustrato empresarial cultural y creativo.
- Propiciar el conocimiento mutuo entre los mercados culturales próximos.
- Generar oportunidades de negocio para las empresas creativas y culturales de Navarra.
- Proyectar al exterior la imagen de la Comunidad como territorio cultural.

En cuanto al área de música, se buscó el encuentro entre artistas y profesionales de la gestión cultural, promoviendo citas *one-to-one* con programadores, festivales y oficinas de *management* (D. D. Merkatua, 2017, pp. 27-28). Asimismo, se realizó una selección de grupos e intérpretes atendiendo, además de a su disponibilidad y a razones administrativas, al criterio de valorar «a los profesionales que tengan producto vendible en los

2 Müller utiliza este texto de Lesage en su creación *Danza Contemporánea a Domicilio*.

3 Recuperado de <http://www.948merkatua.com>.

4 «En noviembre llega 948 Merkatua, el gran escaparate artístico de Navarra». *Mundo Sonoro*, 2 de noviembre de 2017. Recuperado de <http://www.mundosonoro.com/noticias-actualidad-musical/programacion-musical-para-la-1a-edicion-del-948-merkatua/>.

5 El Documento Director *Merkatua* (D. D. *Merkatua*) es un material de trabajo que recoge la filosofía y el proyecto de 948 Merkatua. Me ha sido cedido para la elaboración de este artículo por Marcos Andrés Vierge, miembro del Consejo Navarro de Cultura.

territorios/mercados *target*, currículos e historial de artistas, manual de buenas prácticas, etc.» (D.D. Merkatua, 2017, p. 22). 948 Merkatua se contempla dentro de un plan de apoyo a la comercialización del sector cultural, que incluye tanto la identificación de la oferta como su definición y el estudio para su venta a gestores culturales que puedan ser potencialmente compradores de los productos culturales que Navarra ofrece.

La cita se cerró con cifras importantes: 8.732 visitantes y la vocación de repetir en noviembre del 2018⁶. Se realizaron un total de 166 actividades, con Baluarte como centro neurálgico. Allí se celebraron laboratorios y conferencias en los tres idiomas de la Eurorregión. Hubo áreas de trabajo, *speed-dating* y *networking*, áreas de formación, gestor de citas, *Wikizona*, así como reuniones institucionales y profesionales (*Revista 948*, 2017, p. 8). Habría que destacar el espacio de presentación de proyectos artísticos, con la idea de promocionar la colaboración, por lo que la organización hizo «una selección de proyectos artísticos que desean explicarse para buscar complicidades» (*Revista 948*, 2017, p. 13). En total, 1.080 participantes contando artistas, profesionales de la gestión cultural y prensa. Además de Baluarte, se movilizaron los espacios más importantes con los que cuenta la ciudad para la muestra de música, artes escénicas, plásticas y audiovisuales: la Escuela de Música Joaquín Maya, Geltokia (antigua estación de autobuses) y Zentral, para la música. El Museo de Navarra, el Museo Oteiza y Ciudadela, para las artes plásticas y visuales. La Filmoteca de Navarra, para el cine. La Escuela Navarra de Teatro y el Teatro Gayarre, para las artes escénicas. Geltokia también acogió la Feria de la Edición del libro, disco y otros soportes (*Revista 948*, 2017, p. 4).

En lo relativo a la música, los tres espacios habilitados fueron lugar para que los 33 artistas y grupos seleccionados de las 64 peticiones recibidas pudiésemos⁷ realizar una breve presentación de cada propuesta musical. La muestra fue amplia en cuanto a estilos: clásica/lírica, jazz, folk & world music, dj's, soul, funk & soul, pop, rock, pop & rock, rock/clásica, hard/rock, punk/rock pop-jazz, rock & ska, cantautor/a, rap, reggae y música indie (*Revista 948*, 2017, p. 33). Si se puede decir que faltó algo, quizás fue la música contemporánea, que tiene exponentes y colectivos importantes en Navarra. Puede que esto se debiera a que, como apunta en una interesante reflexión Alessandro Baricco (2008, p. 46), «lo bueno de la música contemporánea es que, se quiera o no, no tiene público». Más allá de cualquier juicio, el distanciamiento entre público (junto a un importante sector de intérpretes) con la música contemporánea es un hecho.

2. TRES MIRADAS DESDE EL INTERIOR DE LA PROFESIÓN

El contrabajista Marcelo Escrich (<http://www.marceloescrich.com>) compagina la docencia en el Conservatorio Superior de Música de Navarra (CSMNA) con la interpretación como músico de jazz. En 2016 grabó *Charlie Haden Songbook* con

6 Más de 8.700 personas se dieron cita en 948 Merkatua. 22 de noviembre de 2017. Recuperado de <http://www.948merkatua.com/es/noticias/mas-de-8-700-personas-se-dieron-cita-en-948-merkatua>.

7 Participé como integrante de uno de los grupos musicales, *Rock Classical Trio*.

excelentes críticas. En 948 Merkatua, participó con su proyecto *Javier López Jaso & Marcelo Escrich Quartet*, donde ambos músicos tocaron junto a Luis Giménez y Dani Lizarraga. Tras el disco *Pagoda* (2013), su siguiente proyecto pasa por la grabación en enero de 2018 de su segundo trabajo discográfico, *Aporía*. Joaquín Taboada (<http://www.joaquintaboada.com/Bienvenida.html>), por su parte, participó con *Rock Classical Trío*, proyecto que inició en 2015 junto a Iker Bengotxea y yo mismo. Compositor de carrera, ha sido número uno mundial en las listas de descargas de música New Age, tiene varios discos publicados, como *Introspective* (2005) o *Peregrinaje* (2012), y compone habitualmente para formaciones camerísticas y orquestales. Como docente, ha dado clases en el CSMNA y es profesor desde 1994 de la Escuela de Música de Peralta. Como pianista, se dedica principalmente a proyectos donde la frontera entre la música académica y la popular es difusa. El *garestarra* Alberto Arteta (www.albertoarteta.com) es un referente estatal del saxofón jazz. Profesor también en el CSMNA, forma parte de muchos proyectos musicales como *sideman*, y lidera *Alberto Arteta Group*, con quien participó en 948 Merkatua junto con Kike Arza, Luis Giménez, Juanma Urriza y Satxa Soriazu. Esta formación cuenta con dos discos en el mercado: *Bat* (2014) y *The Legacy* (2016). También es líder del cuarteto MOVE compuesto por músicos de otras comunidades, Marco Mezquida, Borja Barrueta y Javier Callén.

Al preguntarles acerca de varias cuestiones en relación al 948 Merkatua, los tres ven positiva la celebración en Navarra de una feria de estas características, a pesar de las incertidumbres de la primera edición y a la espera del resultado de contrataciones que pudieran producirse entre gestores culturales y artistas, comenta Escrich. Taboada remarca el interés por la repercusión en comunidades limítrofes, especialmente el sur de Francia. Arteta apunta al aspecto pragmático de este tipo de encuentros.

En opinión de Taboada, la situación que los intérpretes profesionales tienen en Navarra no difiere de la del resto del Estado: «la mayoría de los músicos no se dedica a la interpretación profesionalmente, sino que es un complemento de su trabajo, generalmente de profesor». El acierto que supuso ofertar el Título Superior de Jazz en el CSMNA atrajo a bastantes músicos y no pocos han establecido tanto vínculos personales como artísticos con Navarra. Escrich apunta a una situación «paradójica» entre los músicos de jazz:

Hay cada vez más y mejores músicos y cada vez menos oportunidades de llegar a los ámbitos de representación. La primera afirmación es bastante representativa de la realidad navarra; el buen hacer de las escuelas de música, la posibilidad de acceder a unos estudios reglados y una cierta tradición han posibilitado que haya mucha gente con proyectos muy buenos intentando sacarlos adelante. La segunda es más general en todo el territorio español.

Ante la imposibilidad de la dedicación plena a la interpretación, la salida es la docencia: «este hecho convierte la situación en más extraña si cabe porque estaríamos creando una pirámide o burbuja de la enseñanza musical, en la cual formamos profesores de música que a su vez se preparan para impartir docencia a otros futuros

profesores y así sucesivamente. Por suerte, los profesores en sus ratos libres se dedican a componer, interpretar, grabar y otros menesteres imprescindibles para formar un corpus artístico».

Para Arteta,

la situación de los músicos de jazz en Navarra es impresionante si nos referimos al nivel musical. Hay una escena de músicos espectaculares, de primer nivel, que no tienen nada que envidiar a los músicos de las grandes capitales. Hay proyectos interesantes que suenan en festivales de toda España y que tienen una cierta repercusión fuera de la comunidad. Por desgracia, esos músicos no tienen opción de trabajar en Navarra, ya que apenas hay sitios que programen actuaciones (a pesar de que se ha demostrado que hay un público para esta música).

Con todo ello, ¿es posible ser un músico dedicado exclusivamente a la interpretación? Según Arteta:

Es complicado, ya que la situación de los músicos es diferente a la mayoría de trabajadores. El régimen de artistas es sumamente caro en comparación al régimen general, y los beneficios para el artista son relativamente bajos. Cada concierto es un alta y una baja, conlleva unos gastos de gestión, el IRPF, los gastos generales, etc. El resultado: si te pagan 10, tú recibes 5. Un porcentaje altísimo en comparación al régimen general.

La mayoría de músicos de Navarra, ante la inviabilidad económica de inscribirse en el régimen de autónomos, recurren a empresas que les dan cobertura legal bajo el Régimen de Artistas. Según Escrich, «en el ámbito del jazz es totalmente inviable vivir de tocar». En la experiencia de Arteta, «se puede vivir de tocar, o mejor dicho, se puede malvivir de tocar. Tener un sueldo medianamente estable cada mes es prácticamente imposible, a no ser que seas un gran nombre a nivel nacional. Por consiguiente, todos los músicos de jazz damos clases para poder pagar las facturas a fin de mes». A esto se suma la legalidad vigente, que es un problema, como apunta Escrich: «existe un vacío que nos aboca a adherirnos a cooperativas, que facturan por nosotros sin que sepamos a ciencia cierta si lo que hacemos es legal o no. El escaso volumen de trabajo sumado a que solemos figurar en relación de dependencia en algún conservatorio o escuela, hace inviable acceder al sistema de autónomos». Sobre la situación legal del músico, Taboada dice que «en este momento está mejor que nunca, ya que prácticamente toda la contratación (excepto en algunos campos) se hace de manera legal y correcta. Otra cosa es que estos conciertos permitan a un músico profesional, hoy por hoy, vivir exclusivamente de la interpretación, cosa que sinceramente dudo».

Para concluir, respecto al mercado discográfico, Taboada cree que en la actualidad es

un hecho anecdótico. Los discos ya no se venden, son únicamente herramientas de promoción para que los músicos intentemos tocar en directo. Creo que ahora las redes sociales son la mayor herramienta de promoción, especialmente *Facebook*,

donde puedes conseguir grupos de seguidores. En todo caso, el gran problema es que esos seguidores están demasiado dispersos y a no ser que tengas muchísimos, no creo que sean suficientes para permitirte realizar un concierto en una ciudad con garantías mínimas de asistencia.

3. NUEVOS TIEMPOS PARA LA MÚSICA

Como afirma Greg Milner (2015, p. 381), desde el 2005 en adelante toda la industria musical tal y como la conocíamos se fue desmoronando. El *streaming* se ha impuesto: «así es como hemos elegido escuchar música». Se trata de un cambio radical de concepto: «Estamos satisfechos sin poseer nada de música siempre y cuando podamos tenerla toda» (Milner, 2015, p. 412). El mercado discográfico no ha sabido reaccionar y asumir que el formato físico como bien de consumo de masas es historia. Resulta paradójico leer hoy a Mark Oliver Everett, en su autobiografía *Cosas que los nietos deberían saber* (2009), narrando su carrera musical y cómo fue labrándola antes y después del éxito de *Eels* con *Beautiful Freak* en 1996. Entre los 90 y los años 20 del siglo XXI, el cambio de la industria es total. Hoy día, las plataformas de la era post-digital no aportan al creador lo que antaño fue la venta de discos. Estos nuevos canales han obligado a la industria a replantearse su propio negocio y la manera de persuadir a los consumidores. Ahora, la industria musical se está reorientando hacia nuevos nichos, una vez se ha impuesto el libre acceso a los contenidos. Entre estos, el conocimiento y la gestión de la información sobre hábitos de consumo de los usuarios para poder personalizar los contenidos, o incluso, en la medida de las posibilidades, darles los medios para «editarlos y recrearlos como parte de la experiencia comunicativa que ofrece la web, sustentada en la interactividad y la posibilidad de generar retroalimentación» (López, 2014, p. 58).

Entonces, ¿es necesaria la industria musical del siglo XX, en el siglo XXI? Hoy en día, grabar, producirse y distribuir el producto en espacios gratuitos como *YouTube*, está al alcance de todos, pero no todos parten del mismo lugar; no se debe caer en la falacia del sueño americano y el neocapitalismo, porque las industrias tienen mucho poder, si bien no tienen el monopolio. Las grandes audiencias, propias de la etapa anterior, han dado paso a la micro-audiencia: «la producción musical ya no está destinada al desarrollo de un mercado masivo. Se vuelve una práctica privada, individual y casi solitaria» (Devia, 2012, p. 11). Pero la industria sigue actuando, aunque ya no como mediadora en la construcción de los gustos musicales, que se han privatizado. También los hábitos de escucha han cambiado: «de las prácticas musicales que eran exclusivas de un grupo determinado hemos pasado a una forma de apropiación musical omnívora, que consiste en escuchar un poco de todo» (Buil y Hormigos, 2016, p. 52). También se puede hablar de omnipresencia, ante la pérdida «del referente temporal, que permitía su comprensión. [...] Hoy quedamos expuestos a un torrente continuo de sonidos que no nos permite dar un sentido concreto al discurso musical contemporáneo». La música actual, lejos de una estética común o unitaria, se caracteriza por «una multiplicidad de conciencias estéticas fragmentadas» (Buil y Hormigos, 2016, p. 55), como reflejo de la actual sociedad a la que no es ajena. Con todo ello, se impone lo *mainstream* en escalas que aparentemente podrían parecer de uso doméstico.

4. ALGUNAS CUESTIONES PARA LA DISCUSIÓN

Los conceptos de industria cultural por una parte y de creatividad por otra, así como la unión de ambos, no están exentos de la crítica de un sector de la Academia. Para Robert Hullot-Kentor (2011, p. 5), la noción de industria cultural, «cuyo espíritu ciertamente ha desaparecido», ha cambiado y se ha rehecho desde que fuera bautizado por Adorno y Horkheimer, quienes defendían que los conceptos de arte e industria no podían convivir, por la independencia que el arte debía mantener de la industria para desarrollarse como tal. Desde la perspectiva de Hullot-Kentor, la industria cultural «es la fabricación de cultura en cuanto producción de barbarie», y «goza de una enérgica vida póstuma, completamente indiferente al hecho de haber perecido hace tiempo» (2011, p. 11). En la actualidad, como dice Toby Miller, «la cultura, más que un mecanismo para mantener a las sociedades unidas, es central para el empleo», y la creatividad, «la nueva derecha de los estudios culturales» (2012, p. 25). Todavía más: «el énfasis neoliberal en la creatividad ha superado al patrimonio cultural de vieja escuela» (Miller, 2012, p. 28).

Estas dos visiones dan pie al debate. Si 948 Merkatua tiene una segunda edición, como así apunta, debe ahondar más en la creación de sinergias entre los músicos, además de las propias entre músicos y profesionales de la gestión cultural, ya que «conectar con personas que comparten las mismas pasiones que tú demuestra que no estás solo, que hay otros como tú y que, aunque tal vez haya muchos que no entiendan tu pasión, hay otros que sí» (Robinson, 2012, p. 136). Como ejemplo de buen hacer en este sentido, el Centro de Arte Contemporáneo de Huarte organizó del 27 al 29 de diciembre unas jornadas de investigación denominadas «Herramientas de Investigación Dentro y Fuera de las Artes». Esta cita contó con un laboratorio desarrollado por Victoria Pérez Royo titulado «De traducciones y per-versiones. Colaboraciones en disenso», donde los artistas pudieron trabajar de un modo cooperativo y enriquecedor para todos los participantes⁸.

Por otra parte, será fundamental que la organización, además del balance en cifras, reciba el *feedback* crítico de las gentes de la música que participaron en la feria. Mi percepción contrastada de la atmósfera de opinión es que los «compradores» no podían estar en todos los espacios al mismo tiempo. Así, los músicos tocaron cuando y donde se les dijo, pero hubo cierta sensación de que faltaban gestores culturales entre el público, que era el motivo que nos había concentrado. Algunos opinan que la enorme cantidad de grupos diluyó la posibilidad de promocionar a algunos de ellos; en la idea de que, tal vez, hubiera sido más pragmático un encuentro de menos grupos. A pesar de todo, los participantes con los que he tenido la oportunidad de hablar valoran positivamente la celebración de una feria profesional. Hay mucho que hacer para que 948 Merkatua se convierta en un referente de la Eurorregión y una cita clave para los agentes culturales de los dos Estados, pero el esfuerzo merece la pena. Toca debatir sobre qué modelo de

8 Herramientas de investigación dentro y fuera de las artes. Diciembre de 2017. Recuperado de <http://www.centrohuarte.es/wp-content/uploads/2017/11/JORNADAS-INVESTIGACION-CAST-IMP.pdf>.

músicos profesionales queremos ser y/o tener, y, cómo se les puede ayudar sin interferir con patrocinio institucional desmesurado que los haga dependientes de lo público y crear de forma condicionada; en definitiva, cómo facilitar su labor para que sigan creando y tocando donde quiera que lo hagan. Con todo esto, y a pesar de la tentación, las gentes de la música no deben caer en el victimismo (o en el nihilismo), que tanto denuncia el pianista James Rhodes (2015, p. 23):

Se trata de una adicción que resulta más destructiva y peligrosa que cualquier droga, que casi nunca se reconoce, de la que se habla aún menos. Algo insidioso, generalizado, que ha alcanzado niveles de epidemia. Es la principal causa de esa actitud de creerse con derecho de todo, de la pereza y la depresión en la que estamos inmersos. Es todo un arte, una identidad, un estilo de vida que te brinda una infinita e inagotable capacidad de sufrimiento.

Para concluir, la mera creación de una feria de estas características ya es una señal positiva que indica la vocación de «hacer algo». Su devenir dependerá de todos nosotros y nosotras, la búsqueda del equilibrio entre mantenerse independiente como artista y contar con el apoyo de las administraciones públicas. El estrecho margen que hay entre la libertad absoluta que el artista debe sentir para crear sin traspasar la delgada línea roja que lo lleve a la tentación de hacer y defender solo lo políticamente correcto. ¿«El equilibrio es imposible», como cantan Los Piratas? Mientras se habla del tema, el hecho de que no solo la «academia» sino también los intérpretes profesionales se hagan preguntas y debatan este tipo de cuestiones, denota inquietud, en el mejor sentido de la palabra.

5. LISTA DE REFERENCIAS

- Baricco, A. (2008). *El alma de Hegel y las vacas de Wisconsin*. Madrid: Siruela.
- Buil, P. & Hormigos J. (2016). Nuevas formas de distribución de la música popular en la cultura contemporánea. *Methaodos, revista de ciencias sociales*, 4-1, 48-57.
- Devia, M. T. (2012). La industria musical y el empoderamiento de los imaginarios sociales en Chile desde fines del siglo XIX a comienzos del siglo XXI, *Revista Foro*, 15, 1-13.
- Hullot-Kentor, R. (2011). El sentido exacto en el que ya no existe la industria cultural. *Constelaciones-Revista de Teoría y Crítica*, 3, 3-23.
- López, J. A. (2014). El acceso a la información en la economía de red y su impacto en la industria discográfica. *Revista Luciérnaga-Comunicación*, 6-11, 52-62.
- Miller, T. (2012). Política cultural/ industrias creativas. *Cuadernos de Literatura*, 32, 19-40.
- Milner, G. (2015). *El sonido y la perfección. Una historia de la música grabada*. Madrid: Lovemonk/Leeme Libros.

- Oliver Everett, M. (2009). *Cosas que los nietos deberían saber*. Barcelona: Blackie Books.
- Pérez Royo, V. (2009). *¡A bailar a la calle! Danza contemporánea, espacio público y arquitectura*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Rhodes, J. (2015). *Instrumental. Memorias de música, medicina y locura*. Barcelona: Blackie Books.
- Robinson, K. (2012). *El Elemento. Descubrir tu pasión lo cambia todo*. Barcelona: Conecta.
- VV. AA. (2017). *Revista de 948 Merkatua*. Gobierno de Navarra, Departamento de Cultura, Deporte y Juventud, Dirección General de Cultura-Institución Príncipe de Viana. Recuperado de http://www.948merkatua.com/uploads/files/revista_948merkatua.pdf.

