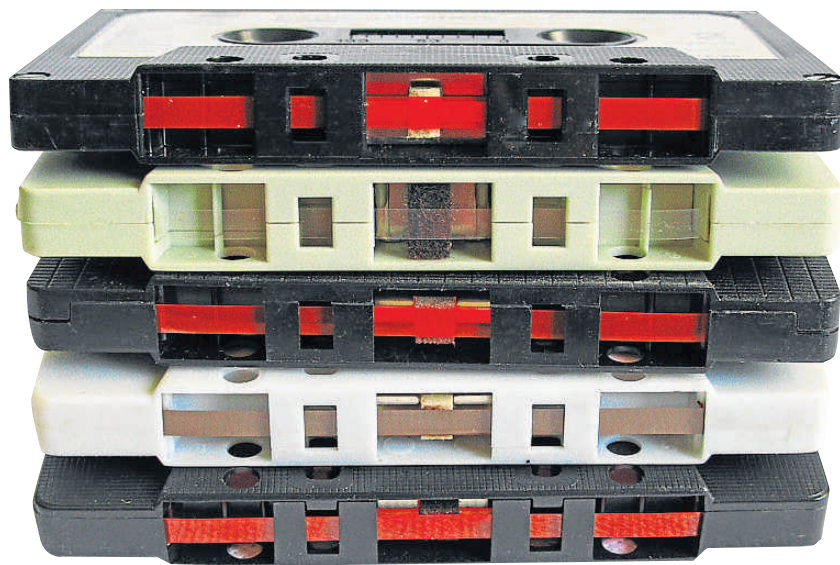


Mixtapes Pre y post-CD, nuevo y recuperado, este formato desafía el negocio musical: esquiva la legalidad del copyright e impone su creatividad

Guantánamo de la industria discográfica



RUBEN PUJOL

Hasta el 2011, los autocelebratorios premios anuales de la industria musical y las listas de lo mejor del año de la prensa especializada –por muy especializada o *underground* que fuera–, coincidían en una cosa: honraban discos. Discos entendidos como productos físicos que de manera más o menos masiva habían pasado a formar parte de la lógica comercial. En el 2011, algunas de las obras que copan las listas de la crítica musical, incluso las de la prensa generalista como el diario *The Guardian*, no se pueden comprar. Se trata de *mixtapes* como *House of Balloons* de The Weeknd, *Nostalgia, Ultra* de Frank Ocean, o *LiveLoveA\$AP* de A\$AP Rocky, discos por derecho propio que se pueden adquirir de forma (a)legal y gratuita en inter-

net, pero que no se encuentran en ninguna tienda off u on line.

El concepto de mixtape ha evolucionado de las rudimentarias cintas de casete tan populares en los ochenta para acabar definiendo a dos tipos de formato diferentes: continúa siendo una recopilación personal de canciones ajenas que funciona como demostración de buen gusto o método más o menos rudimentario de compartir música con amigos (reales o de Facebook), ya sean CD grabados, conjuntos de mp3 subidos a un blog, o listas de YouTube o Spotify; y al mismo tiempo designa un nuevo formato, una suerte de *demo* de igual calidad artística y de producción que los discos distribuidos de forma convencional, utilizada sobre todo por artistas del hip-hop, del r&b y djs que trabajan con *sam-*

ples de otros artistas para publicar su música (en el sentido de hacer pública, no de comercializar) sin necesidad de atravesar el costoso proceso (en tiempo y dinero) de gestionar licencias con los dueños del copyright.

Desde los primeros años del hip-hop, las mixtapes han sido la vía natural para acceder al circuito. djs pero sobre todo MCs (raperos) podían demostrar sus *skills* en estas grabaciones en principio caseras que pasaban de mano en mano o se vendían en el particular top manta de las calles de las grandes ciudades norteamericanas. Cualquier aspirante a MC podía escribir unas rimas ingeniosas y rapearlas sobre bases de los *hits* del momento. Si era capaz de hacerlo igual de bien o mejor que el MC titular de la canción, la mixtape lla-

maría la atención de la escena, con lo que el rapero conseguiría hacerse un nombre y con fortuna ganarse un contrato con una discográfica que rápidamente le pondría un *pool* de productores a su servicio. Sin ir más lejos, raperos hoy superventas como 50 Cent, Cam'ron o Drake comenzaron sus carreras en este mercado semiclandestino pero ampliamente tolerado.

El paradigma digital y el acceso a equipos musicales y de grabación más baratos han sofisticado las mixtapes y elevado su estatus. Ya no se trata sólo de unas *demos* más sofisticadas, sino que hoy este tipo de grabaciones se valoran como obras en sí mismas que circulan por el limbo legal de internet. Son, como se ha dicho en algún foro de internet, “el Guantánamo de la industria musical”: su descarga



Pop bastardo, atajos legales

Cuando en el 2002 el dúo belga Soulwax, que adopta el nombre de 2 Many DJ's para sus actuaciones como pinchadiscos, decidieron publicar un álbum de recopilación de sus célebres sesiones de *mashup* debieron enfrentarse a una ardua tarea legal. El *mashup* consiste básicamente en mezclar

dos canciones muy diferentes entre sí hasta crear un híbrido pop resultón y efectivo. De los 187 cortes que trataron de licenciar para *As Heard on Radio Soulwax Pt. 2*, finalmente consiguieron autorización para 114, mientras que 62 les fueron denegados y para los once restantes no consiguieron encon-

trar a los propietarios de los derechos.

Este esfuerzo por atenerse a la legalidad en el uso de sample dentro de un género como el *mashup* –o *bastard pop*, como también se le conoce– destinado principalmente a la pista de baile es una rareza. La mayoría de los artistas

que trabajan este tipo de canciones con la ayuda de sencillos programas informáticos y las suben a la red lo hacen con la intención de promocionarse como DJ.

No es el caso de Gregg Gillis, alias Girl Talk, una de las estrellas del *mashup* quien, además de llenar hasta la bandera clubs de todo

es gratuita, por lo que el uso de samples de canciones ajenas sin autorización no puede perseguirse del mismo modo que si hubiera una discográfica detrás y ánimo de lucro flagrante. Y sin embargo, y como es común en la mayor parte de los servicios supuestamente gratuitos que pueden encontrarse en internet, siempre habrá quien sepa cómo monetizarlas. Por ejemplo, con el patrocinio de una marca de ropa urbana, como el que aparecía en la carátula digital de *The Mixtape About Nothing* del rapero Wale, que utilizaba pequeños fragmentos y samples de la serie *Seinfeld* como leitmotiv, y cuya repercusión le valió un contrato con Interscope para su primer álbum oficial.

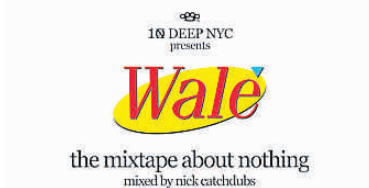
Y es que, por sí mismo, el uso de samples célebres puede constituir el principal reclamo de una mixtape. Así, sampleando las partes instrumentales de *The White Album* de los Beatles con las pistas vocales de *The Black Album* de Jay-Z, el productor Danger Mouse urdió en el 2004 *The Grey Album*, una de las cumbres del *mashup*, género que actualmente ha caído algo en declive pero que en su momento dio a conocer al mundo a este productor de Nueva York que más tarde ha trabajado para The Black Keys, Gorillaz o Beck, y que ha formado junto a Cee-Lo Green el dúo Gnarls Barkley, que llegó a número uno de las listas británicas con su primer álbum.

También estrellas rutilantes como Lil' Wayne gustan de alternar discos de estudio distribuidos a través de los métodos de siempre (y que después serán inevitablemen-



01

te pirateados y colgados en la red) con mixtapes que les permiten una mayor libertad y agilidad a la hora de crear las bases musicales y satisfacer al tiempo la voracidad de su masa de fans, acostumbrados al frenético ritmo de consumo que impone internet. Desde que debutó en 1999 con 16 años, Lil' Wayne ha publicado nueve discos y diez mixtapes, la última de ellas titulada *Sorry 4 The Wait* y presentada como disculpa a sus fans por el retraso en la publicación de su último ál-



02

bum físico. Por cierto, la mixtape contiene, entre otros, un sample de *Rolling In The Deep* de Adele, el single más vendido del 2011.

A efectos prácticos, no existe ya ninguna diferencia entre una mixtape subida a cualquier servidor —debe haber unos miles en Megaupload— y un disco publicado por una discográfica, más allá del poco relevante hecho de que en teoría nadie gana dinero con ellos. Y aún así la industria sigue intentando absorber el talento vertido en el limbo de las mixtapes para reconducirlo hacia el mercado. Def Jam trató de convertir el mencionado *Nostalgia, Ultra* de Frank Ocean en un disco comercial, pero se encontró con la imposibilidad de negociar las licencias de samples como el de *Strawberry Swing* de Coldplay o del *Hotel California* de The Eagles. Finalmente se espera para este año un disco con material nuevo. RCA, por su parte, puso sobre la mesa de A\$AP Rocky tres millones de dólares para lanzar una versión *deluxe* de su mixtape y hacerse con los derechos de su próximo disco.

La estrategia, sin embargo, no siempre funciona. Das Racist, heterogéneo y mestizo trío de Brooklyn, surgió de la nada en el 2010 para convertirse en una de las sensaciones de la red con un hip-hop cargado de un sentido del humor muy *hipster*. En apenas seis meses lanzaron dos mixtapes con notable éxito de público y crítica que les sirvieron para contratar hasta una gira europea, con escala en el festival Primavera Sound. En el 2011 sacaron por fin en su propio sello el disco *Relax*, pero la repercusión ha sido mucho menor y su estrella parece haberse apagado. Y es que, por mucho que se intente, ese atributo inefable que aporta la viralidad parece difícil de replicar. |

01 The Weeknd publicó tres mixtapes en el 2011, un ritmo de producción que ninguna discográfica podría soportar

02 Portada de una de las mixtapes más populares, 'The Mixtape About Nothing', de Wale, con samples de 'Seinfeld'

03 Al rapero A\$AP Rocky su mixtape de debut le valió un contrato con una multinacional
FOTO BROCK FETCH

04 Das Racist ha tenido más éxito con sus mixtapes que con su álbum
FOTO CAROLINE MORT

05 Frank Ocean utiliza en su disco canciones de The Eagles o Coldplay sin modificar

06 Lil' Wayne alterna discos superventas con mixtapes gratuitas



05



06

el mundo, ha publicado cuatro álbumes de su hiperactiva argamasa de rock, hip-hop y pop elaborados enteramente de cientos de samples para los que no dispone de autorización. Gillis pone sus discos a disposición del público en la página web de su sello Illegal Art, por los que el cliente paga el precio que considera justo (o no paga nada). Su argumento para no negociar el copyright de los samples, además del hecho de que sería una tarea interminable y

muy cara, es que la mayoría de fragmentos apenas aparecen una treintena de segundos y la obra resultante es muy diferente de la original.

Pero de nuevo la tecnología parece haber encontrado un atajo impecablemente legal. Se trata de la plataforma Legitmix, que permite a artistas utilizar obras ajenas en sus samples o en sus remixes sin necesidad de contratar los derechos de las canciones utilizadas; quien lo debe hacer es el

usuario final, puesto que la obra realizada con Legitmix se nutre de los temas que este ya posee en su ordenador, y las canciones que le falten puede obtenerlas legalmente a un precio asequible. De esta manera, el artista que firma la obra derivada puede trabajar en libertad sin preocuparse por saber si finalmente obtendrá autorización para utilizar ese sample que tan bien le va, y el propietario del copyright recibe una compensación económica. **R.P.**