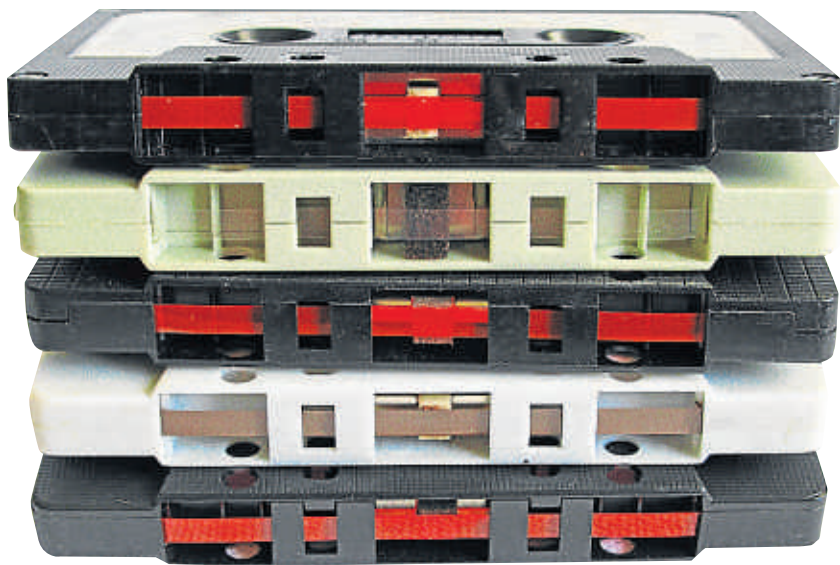


Mixtapes Pre i post-CD, nou i recuperat, aquest format desafia el model de negoci musical: esquivia la legalitat del copyright i imposa la seva creativitat

Guantànamo de la indústria discogràfica



RUBEN PUJOL

Fins al 2011, els premis de la indústria de la música i les llistes dels millors de l'any de la premsa especialitzada –per molt especialitzada o *underground* que sigui–, coincidien en una cosa: honoraven discos. Discos entesos com a productes físics que de manera més o menys massiva formaven part de la lògica comercial. El 2011, algunes de les obres que farceixen les llistes de la crítica musical, fins i tot les de la premsa generalista com el diari *The Guardian*, no es poden comprar. Es tracta de mixtapes com *House of Balloons* de The Weeknd, *Nostalgia*, *Ultra* de Frank Ocean, o *LiveLoveA\$AP* d'A\$AP Rocky, discos per dret propi que es poden adquirir de forma (a)legal i gratuïta a internet, però que no es troben a cap botiga *off* o *online*.

El concepte de mixtape ha evolucionat des de les rudimentàries cintes de casset tan populars als vuitanta per acabar definint dos tipus de format diferents: continua sent una recopilació personal de cançons alienes que funciona com a demostració de bon gust o un mètode més o menys rudimentari de compartir música amb amics (reals o de Facebook), ja siguin CD gravats, conjunts d'mp3 pujats a un blog o llistes de YouTube o Spotify; i al mateix temps designa un nou format, una mena de *demo* d'igual qualitat artística i de producció que els discos distribuïts de forma convencional, i que fan servir sobretot els artistes del hip-hop, del r&b i djs que treballen amb samples d'altres artistes per publicar la seva música (en el sentit de fer pública, no de comercialit-

zar) sense necessitat d'haver de passar pel costós procés (en temps i diners) de gestionar llicències amb els propietaris del copyright.

Des dels primers anys del hip-hop, les mixtapes han estat la via natural per accedir al circuit. djs però sobretot MC (rapers) podien demostrar les seves *skills* en aquests enregistraments en principi casolans que passaven de mà en mà o es venien en el particular top manta dels carrers de les grans ciutats nord-americanes. Qualsevol aspirant a MC podia escriure unes rimes enginyoses i rapejar-les sobre les bases instrumentals dels *hits* del moment. Si hom era capaç de fer-ho igual de bé o millor que l'MC titular de la cançó, la mixtape cridaria l'atenció de l'escena, el raper aconseguiria fer-se un nom i amb sort guanyar-se un con-

tracte amb una discogràfica que ràpidament li posaria un *pool* de productors al seu servei. Sense anar més lluny, rapers avui supervendes, com 50 Cent, Cam'ron o Drake, van començar la seva carrera en aquest mercat semiclandestí però àmpliament tolerat.

El paradigma digital i l'accés a equips musicals i d'enregistrament més barats ha sofisticat les mixtapes i n'ha elevat l'estatus. Ja no es tracta tan sols d'unes *demos* més sofisticades, sinó que aquest tipus d'enregistraments avui es valoren com a obres en si mateixes que circulen pel límbic legal d'internet. Són, com s'ha dit en algun fòrum d'internet, "el Guantànamo de la indústria musical": la seva descàrrega és gratuïta, per la qual cosa l'ús sense autorització de samples de cançons alienes no es pot perse-



Pop bastard, dreceres legals

R.P.

Quan l'any 2002 el duet belga Soulwax, que adopta el nom de 2 Many DJ's per a les seves actuacions com a punxadiscos, van decidir publicar un àlbum recopilatori de les seves cèlebres sessions de *mashup* es van haver d'enfrontar a una àrdua tasca legal. El

mashup consisteix bàsicament a mesclar dues cançons molt diferents entre si fins a crear un híbrid pop graciós i efectiu. Dels 187 talls que van provar de llicenciar per a *As Heard on Radio Soulwax Pt. 2*, finalment van aconseguir autorització per a 114, mentre que 62 els van ser denegats i per als

onze restants no van aconseguir trobar els propietaris dels drets.

Aquest esforç per atènyer-se a la legalitat en l'ús dels samples dins d'un gènere com el *mashup* –o *bastard pop*, com també se'l coneix– destinat principalment a la pista de ball és una raresa. La majoria dels artistes que treballen amb

aquest tipus de cançons amb l'ajuda de programes informàtics senzills i les pugen a la xarxa ho fan amb la intenció de promocionar-se com a DJs.

No és el cas de Gregg Gillis, àlies Girl Talk, una de les figures del *mashup* que, a més d'omplir de gom a gom clubs de tot el món,

guir igual que si hi hagués una discogràfica al darrere i un ànim de lucre flagrant. No obstant això, i com és comú en la majoria de serveis suposadament gratuïts que es troben a internet, sempre hi haurà qui sàpiga com monetitzar-les. Per exemple, amb el patrocini d'una marca de roba urbana, com el que apareixia a la caràtula digital de *The Mixtape About Nothing* del raper Wale, que feia servir samples de la sèrie *Seinfeld* com a leitmotiv, i la repercussió de la qual li va valer un contracte amb Interscope per al seu primer àlbum oficial.

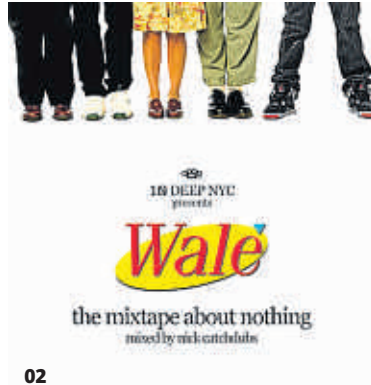
I és que per si mateix l'ús de samples famosos o curiosos pot constituir el principal reclam d'una mixtape. Així, samplejant les parts instrumentals de *The White Album* dels Beatles amb les pistes vocals de *The Black Album* de Jay-Z, el productor Danger Mouse va gravar *The Grey Album* (2004), un dels cims del *mashup*, gènere que actualment ha anat una mica en declivi però que en el seu moment va donar a conèixer al món aquest productor de Nova York que més tard ha treballat per a The Black Keys, Gorillaz o Beck, i que ha format amb Cee-Lo Green el duet Gnarls Barkley, que va arribar a número u a les llistes britàniques.

També estrelles rutilants com Lil' Wayne acostumen a alternar discos d'estudi distribuïts a través dels mètodes de sempre (i que després seran inevitablement piratejats i penjats a la xarxa) amb mixtapes que els permeten més llibertat i agilitat a l'hora de crear les bases musicals i satisfer al mateix temps la voracitat de la seva massa



de fans, acostumats ja al frenètic ritme de consum que imposa internet. D'aquesta manera, des que va debutar el 1999 amb 16 anys, Lil' Wayne ha publicat nou discos i deu mixtapes, l'última titulada *Sorry 4 the Wait* i presentada com una disculpa als seus fans pel retard en la publicació del seu últim àlbum físic. Per cert, la mixtape conté, entre d'altres, un sample de *Rolling in the Deep*, d'Adele, de llarg el single més venut del 2011.

A efectes pràctics, ja no hi ha



cap diferència entre una mixtape pujada a qualsevol servidor –n'hi deu haver uns quants milers a Megaupload– i un disc publicat per una discogràfica més enllà del fet, poc rellevant, que en teoria ningú guanya diners amb les mixtapes. I tot i així, la indústria segueix intentant absorbir el talent abocat als llimbs de les mixtapes per reconduir-lo cap al mercat. Per exemple, Def Jam va provar de convertir l'esmentat *Nostalgia, Ultra* de Frank Ocean en un disc comercial, però es va trobar amb la impossibilitat de negociar les llicències de samples com el de *Strawberry Swing* de Coldplay o el d'*Hotel California* de The Eagles, utilitzats gairebé íntegrament i sense modificar, inclòs l'interminable solo de guitarra. Finalment s'espera que aquest any publiqui un disc amb material nou. Per la seva banda, RCA va posar sobre la taula d'A\$AP Rocky tres milions de dòlars per llançar comercialment una versió deluxe de la seva mixtape i aconseguir els drets del seu proper disc.

L'estratègia, tanmateix, no sempre funciona. Das Racist, un mestís trio de Brooklyn força heterogeni, va sorgir del no-res el 2010 i es va convertir en una de les sensacions de la xarxa amb un hip-hop carregat d'un sentit de l'humor molt *hipster*. En només sis mesos havien llançat dos mixtapes mereixedores de notable èxit de públic i crítica que els va servir per contractar fins i tot una gira europea amb escala al Primavera Sound de Barcelona. El 2011 van treure per fi el disc *Relax* al seu propi segell, però la repercussió ha estat molt menor i el seu moment de glòria sembla que ha passat. I és que, per molt que s'intenti, aquest atribut inefable que aporta la viralitat sembla difícil de replicar. |

01 The Weeknd va publicar tres mixtapes el 2011, un ritme de producció que cap discogràfica no pot suportar

02 Portada d'una de les mixtapes més populars, 'The Mixtape About Nothing', de Wale, amb samples de 'Seinfeld'

03 Al raper A\$AP Rocky, la seva mixtape de debut li va valer un contracte amb una multinacional
FOTO BROCK FETCH

04 Das Racist ha obtingut més èxit amb les mixtapes que amb l'àlbum
FOTO CAROLINE MORT

05 Frank Ocean utilitza en el seu disc cançons de The Eagles o Coldplay

06 Lil' Wayne alterna discos supervendes amb mixtapes gratuïtes



ha publicat quatre àlbums de la seva hiperactiva argamassa de rock, hip-hop i pop, elaborats en la seva totalitat per centenars de samples pels quals no disposa d'autorització. Gillis posa els seus discos a disposició del públic a la pàgina web del seu segell Illegal Art, i el client paga el preu que considera just (o no paga res) per baixar-se'ls.

El seu argument per no negociar el copyright dels samples, a més del fet que seria una tasca in-

terminable i molt cara, és que la majoria de fragments amb prou feines apareixen una trentena de segons i l'obra resultant és molt diferent de l'original.

Però de nou la tecnologia sembla haver trobat una drecera impecablement legal. Es tracta de la plataforma Legitmix, que permet als artistes utilitzar obres alienes als seus samples o remixos sense necessitat de contractar els drets de les cançons utilitzades; qui ho ha de fer és l'usuari final, ja

que l'obra realitzada amb Legitmix es nodreix dels temes que aquest ja posseeix al seu ordinador, i les cançons que li faltin les pot obtenir legalment a un preu assequible. D'aquesta manera, l'artista que signa l'obra derivada pot treballar en llibertat sense preocupar-se per saber si finalment obtindrà autorització per utilitzar aquest sample que tan bé li va, i el propietari del copyright rep una petita compensació econòmica.